

LES CHOIX METHODOLOGIQUES

Le fondement de la méthode d'enquête de terrain est qualitative. L'objectif est de rechercher la diversité des comportements à partir d'une sélection raisonnée de personnes en petit nombre, soit entre 10 et 40 personnes suivant les enquêtes. Pour cette enquête nous avons rencontré onze personnes en individuel et dix personnes en groupe. Nous recherchons la diversité des occurrences sans nous préoccuper de leur pondération par rapport à l'ensemble de la population française, au moins dans une première étape. Une occurrence signifie la mise en évidence de l'existence d'une pratique ou d'un phénomène social, comme par exemple le fait de déléguer à un service de déménagement ou de se faire aider par des membres de la famille ou par des amis. Le nombre des occurrences pour un phénomène donné est toujours limité. La diversité des occurrences peut être ramenée le plus souvent à trois, quatre ou cinq variations. La fréquence d'une occurrence pour un même phénomène à travers l'analyse des entretiens n'a pas de valeur. Elle n'a aucune "représentativité statistique". C'est sa "significativité sociale" qui est recherchée. Celle-ci se distingue de la "représentativité statistique" fondée sur des preuves probabilistes, par sa capacité à révéler un mécanisme social, - des interactions entre acteurs, des pratiques non connues ou une dimension symbolique -, invisible avec l'outil statistique. Une partie des éléments observés, comme ici les objets et les rites, sont appelés des "analyseurs". Ils révèlent les conditions sociales de la mobilité et du passage à l'action. L'observation des occurrences est faite à l'échelle micro-sociale (voir l'introduction de la deuxième partie et D. Desjeux, 1996a, 1997c) et suivant la méthode des itinéraires (voir le chapitre 6 sur les objets et D. Desjeux, 1996d, 1997b).

L'ÉCHANTILLON RAISONNE DES PERSONNES INTERVIEWEES

La méthode consiste à raisonner le choix des personnes à interviewer de façon à obtenir les pratiques les plus variées possibles, tout en se rappelant que cette variété, pour un fait social donné, à une époque et dans un lieu donnés, n'est pas infinie, la diversité des pratiques pouvant être ramenée à quelques grandes régularités. Raisonner veut dire faire varier "à dire d'expert" les critères qui paraissent pertinents au regard du phénomène social étudié. Pour cette enquête, nous avons recherché une diversité à partir de sept critères¹.

Le premier est un critère de sexe : nous envisagions a priori d'interviewer 50% d'hommes et 50% de femmes. Mais notre volonté de rencontrer, au sein des couples, la personne qui s'est occupée concrètement du déménagement, nous a amené à rencontrer finalement plus de femmes. Le deuxième est un critère d'âge : nous avons centré notre

¹ Voir ci-après la signalétique détaillée des personnes rencontrées.

échantillon sur la tranche d'âge 30 - 45 ans, car nous souhaitions rencontrer des personnes actives, sorties de la période d'instabilité relative liée à la phase du cycle de vie de la jeunesse, et avec pour une partie d'entre elles des enfants. Notre raisonnement était que les enfants engendrent des besoins spécifiques en termes de services et de surface de logement. Le troisième critère est résidentiel : nous avons sélectionné Paris et sa banlieue, et une ville de province. Le quatrième est un critère de mobilité : nous avons rencontré à la fois des personnes plutôt sédentaires et d'autres dont la vie s'organise autour de la mobilité. Toutefois, nous ne sommes pas parvenus à rencontrer, comme nous le souhaitions au départ, de personnes totalement nomades, comme des marins ou des représentants de commerce. Le cinquième critère est lié au recours à un déménageur : notre échantillon comporte assez peu de personnes ayant recours à un déménageur et aucune personne ayant fait une délégation totale de son déménagement. Le sixième critère est lié au statut d'occupation du logement : locataire ou propriétaire.

Nous avons réalisé deux "histoires de vie centrées" de 3 heures chacune ; une observation du déménagement de 7 heures, suivie quelques jours plus tard d'un entretien d'1 heure ; un entretien associé à une observation avant le déménagement de 3 heures ; deux entretiens, avec observation, l'un avant le déménagement, et l'autre après, d'1h30 chacun ; cinq entretiens, avec observation, après le déménagement, faisant entre 2h30 et 3 heures chacun. Les observations ont été accompagnées dans certains cas, mais pas systématiquement, de prises de photos.

Par ailleurs, nous avons réalisé deux entretiens auprès de "personnes ressources", prises comme "informateurs privilégiés" de la pratique sociale étudiée, le déménagement. Nous avons ainsi rencontré un responsable d'une société de déménagement et un employé d'une agence immobilière.

Enfin, nous avons réalisé un groupe de créativité de deux heures, regroupant dix personnes ayant déménagé récemment pour saisir la dimension symbolique du déménagement.

LE RECUEIL DE L'INFORMATION

Le recueil et le traitement des données

Pour garantir une bonne obtention de la diversité des comportements, nous cherchons à croiser plusieurs techniques de recueil de l'information suivant plusieurs principes. Nous recherchons des informations discursives, le déclaratif des personnes, et observées, ce que nous pouvons percevoir et photographier, suivant des situations individuelles ou en groupe. Les techniques utilisées sont "rationnelles" et projectives. Elle sont centrées sur le présent et sur la reconstitution des souvenirs liés au déménagement, sur les pratiques et sur les représentations symboliques.

Le recueil de l'information se fait par prise de notes "à la volée", en cherchant à noter le maximum de phrases suivant les termes mêmes de l'interviewé sans faire de résumé ou de sélection. Le principe méthodologique est qu'on ne sait pas avant l'analyse de contenu ce qui est important pour la compréhension du phénomène. Un détail peut donner la clé d'une interprétation. Il est possible d'enregistrer par sécurité quand le sujet est très technique ou dans une langue étrangère, mais sans faire obligatoirement de transcriptions systématiques des bandes audio par la suite. L'entretien est reconstruit et saisi sur ordinateur "au kilomètre", puis classé par thème entretien par entretien, ce que nous appelons la phase du "semi-brut". Les thèmes sont ensuite agrégés suivant les différentes étapes de l'itinéraire des pratiques, tous entretiens confondus. Suivant la pertinence du thème traité, il est possible d'indiquer des critères de catégorisation sociale, de sexe ou d'âge, à la fin de chaque extrait d'entretien cité, mais ce n'est pas obligatoire puisque c'est une approche qualitative qui ne fonctionne pas sur le raisonnement par corrélation de variables. La règle que nous nous sommes fixée est de traiter dans le rapport de recherche tous les "verbatim", le discours des interviewés, de chaque entretien à quelques rares exceptions près quand le sujet évoqué dans l'entretien est trop éloigné du thème de l'enquête pour faire sens. Un verbatim n'est utilisé qu'une fois. Les photos ont surtout servi à vérifier des points de détails sur les pratiques. Elles n'ont pas été pleinement utilisées, notamment comme "photos stimulus", technique de recueil de l'information qui consiste à montrer les photos prises sur eux aux acteurs concernés (cf. Douglas Harper, 1997 et la revue *Visual Sociology*). Chaque chercheur rédige la description d'une partie de l'itinéraire suivant une grille d'analyse mise au point collectivement.

L'enquête de terrain s'est faite sur deux mois, à trois chercheurs, entre septembre et octobre 1996. L'analyse des données et la rédaction de la synthèse ont été réalisées en deux mois à trois, entre novembre et décembre 1996. Le livre a été rédigé entre mai 1997 et janvier 1998. La rédaction a été précédée d'une restitution des résultats à la Mission de la Recherche de La Poste, animée par Françoise Bruston avec la collaboration de Nicole Barrière, sous forme orale avec des transparents qui résument les principaux résultats.

Techniques de recueil d'information

Pour réaliser notre enquête nous avons utilisé cinq techniques de recueil de l'information. La première est l'entretien semi-directif. La durée des entretiens a été en moyenne de trois heures. Selon les cas, un premier entretien d'une heure et demi a été réalisé sur l'avant-déménagement, puis un second sur l'après-déménagement. En revanche, les entretiens effectués après le déménagement se sont déroulés sur trois heures afin de cerner l'ensemble de l'itinéraire. Pour ce faire, nous avons eu recours à un guide d'entretien à la trame suffisamment souple pour laisser nos interlocuteurs développer un discours détaillé et précis sur leurs pratiques et leurs perceptions du déménagement. Les questions

du guide servent de point de départ. Elles peuvent être posées dans un ordre différent de celui du guide en fonction de la dynamique de l'entretien. La technique demande d'improviser des relances en faisant raconter des expériences, en demandant d'explicitier ce qui s'est passé en pratique et en essayant d'éviter des discours en terme d'opinion générale ou de sentiment. Le guide est pensé comme évolutif, intégrant les nouvelles questions de la problématique, elle-même construite en suivant la progression des enquêtes.

La deuxième technique est celle de "l'histoire de vie centrée". Inspirée des "histoire de vie", la technique est appelée "centrée" parce qu'elle focalise l'entretien sur le thème du déménagement ou du sujet d'enquête. Son objectif est de reconstituer les cycles de vie et les moments de ruptures ou de décision, ici rattachés à l'histoire individualisée des déménagements. A l'usage, c'est une technique moyennement pertinente pour étudier le déménagement. Elle a été plus productive dans nos enquêtes sur les comportements alimentaires ainsi que pour celles sur les boissons ou sur les objets électriques.

La troisième technique est l'observation participante aménagée. Elle est directement issue des méthodes d'observations utilisées en ethnologie, mais adaptée au contexte occidental qui ne permet que rarement l'immersion totale dans un appartement. Il s'agit ici non seulement d'être présent le temps du déménagement mais également, s'il le faut, de participer aux activités, en l'occurrence d'aider au transport des caisses et aux rangements éventuels. Le chercheur accompagne les personnes dans cette activité tout en restant attentif à leur discours, à leurs comportements, à leurs gestes. Autrement dit, il observe les pratiques en situation concrète. Ceci permet de relativiser les informations obtenues en déclaratif et de récolter des données impossibles à appréhender par l'interview parce que trop incorporées par les individus. L'observation permet d'apprécier la prise de possession du nouveau logement, par exemple, à partir de catégories sensibles comme l'odeur, mais aussi la façon dont les informateurs aménagent l'espace, afin de favoriser une bonne circulation, un bon passage des objets, des caisses et du mobilier, pendant le déménagement.

La quatrième technique est collective avec le groupe de créativité. Une fois l'enquête réalisée, l'objectif du groupe de créativité est à la fois d'explorer l'imaginaire de l'univers du déménagement et des pratiques qui lui sont liées, et de rechercher, par des techniques associatives et de déconnexion, des idées de services et de produits à développer par La Poste. Le but n'est pas forcément d'arriver à des services réalistes, mais plutôt de repérer les champs d'application potentiels de ces services.

La cinquième technique est documentaire. Il existe autour du déménagement des documents écrits de nature différente. Leur prise en compte permet de mieux saisir ce que recouvre un déménagement : à quels types de démarches a-t-on idéalement à faire, quels recours existent, quels services sont proposés. Il existe des guides de conseils pour les particuliers. La Poste mais aussi des banques comme le Crédit Lyonnais ou la BNP en ont mis à la disposition de leurs clients. La chambre syndicale des entreprises de

déménagements et garde-meubles de France a conçu une plaquette pour ses adhérents. Nous avons pu aussi consulter des devis, des contrats entre le déménageur et le client, des assurances, des "lettres de voiture" de déménagement et des annonces publicitaires de déménageurs dans les journaux immobiliers. Il existe aussi quelques données chiffrées, notamment celles de l'INSEE que nous avons utilisées.

La sixième technique est la photographie. Elle est en soi un outil analytique visuel. Elle donne à voir et à revoir les temps du déménagement avec la précision permise par le plan ou une délimitation spatiale imposée par le cliché. Elle agit comme un révélateur - nous parlerons ici de "l'effet-plan". Une photographie concentre d'une certaine manière des informations, des indices qui ne sont pas forcément lisibles à l'oeil nu. La "série" de photographies devient pertinente dès lors qu'elle permet la comparaison et aide donc à établir des types de variants et d'invariants autour du déménagement.

SIGNALETIQUE DES PERSONNES RENCONTREES