



SYVEDAC

Syndicat pour la Valorisation et
l'Élimination des Déchets



**Baromètre opinion, usages, et satisfaction
déchets ménagers, réalisé par téléphone**

Octobre 2010

Les engagements du cabinet

❖ Rigueur – Transparence – Proximité

- Confidentialité, Éthique, Exigence, Ouverture, Performance.

❖ Adhésion au SYNTEC Études Marketing & Opinion

- Syndicat représentatif des professionnels des études en France, qui regroupe 60 membres sur les 500 cabinets environ existants.
- Application du code CCI/ESOMAR des pratiques loyales en matière d'études de marché et d'opinion

❖ Respect de la Norme ISO 20252 propre aux études de marché, études sociales et d'opinion

- Système de management de la qualité (organisation, formation du personnel...), gestion de l'étude, recueil des données, gestion et traitement des données, contenu des rapports d'étude.

❖ Nos moyens : centre d'appel intégré CATI

- 7 permanents, équipe de 20 enquêteurs professionnels (5 ans d'ancienneté moyenne)

Contexte & Objectifs

Objectifs : mesurer la satisfaction des habitants face aux services rendus et leur perception de la communication

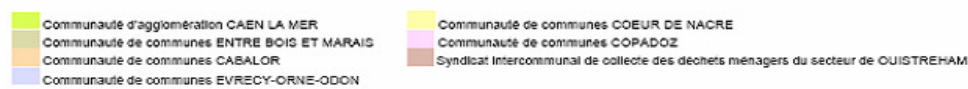
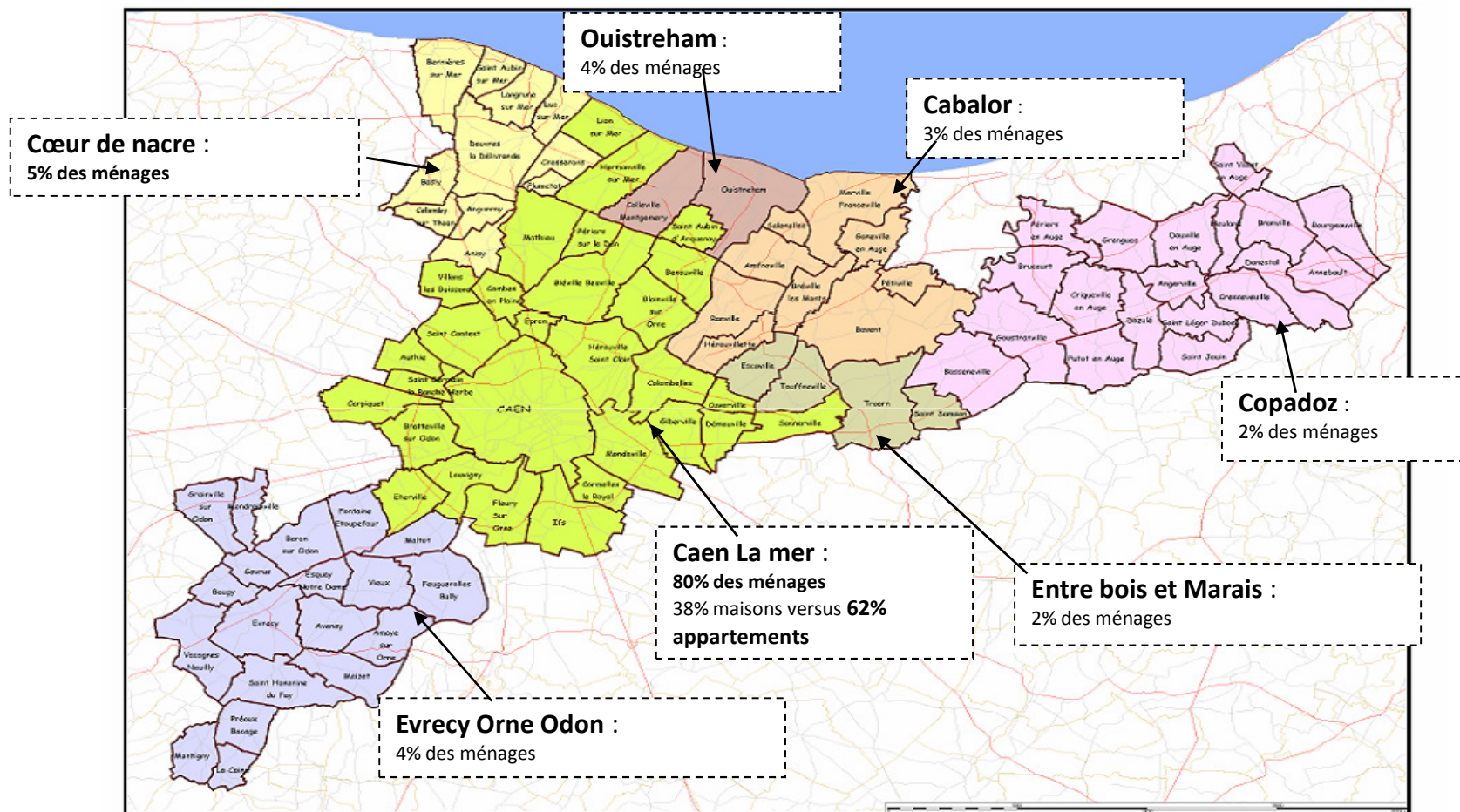
- ❖ *Niveau de connaissance & Usages des dispositifs*
- ❖ *Perception quant à la qualité du service rendu*
- ❖ *Identification des freins dans la pratiques et comportements des habitants*
- ❖ *Impact des actions et outils de communication*
- ❖ *Attentes des usagers*
- ❖ *Test d'évolution des services*

Chaque groupement adhérent du SYVEDAC a pour compétence:

- ❖ **La collecte des ordures ménagères**
- ❖ **La collecte sélective des emballages**
- ❖ **La collecte du verre**
- ❖ **La collecte des encombrants**
- ❖ **La collecte des déchets verts**
- ❖ **La gestion des déchèteries**

Groupement de communes

Syndicat pour la valorisation et l'élimination des déchets de l'agglomération caennaise



Méthodologie

- ❖ **Sondage téléphonique → échantillon représentatif (méthode des quotas) de 1000 usagers.**
- ❖ **Questionnaire base Eco-Emballages**
- ❖ **Pilote** (test en réel de la fluidité du questionnaire) **réalisé le 4 mars**
- ❖ **Terrain réalisé du 4 au 11 octobre 2010**
- ❖ **Durée moyenne d'administration 11,45'** (hors temps de recherche)

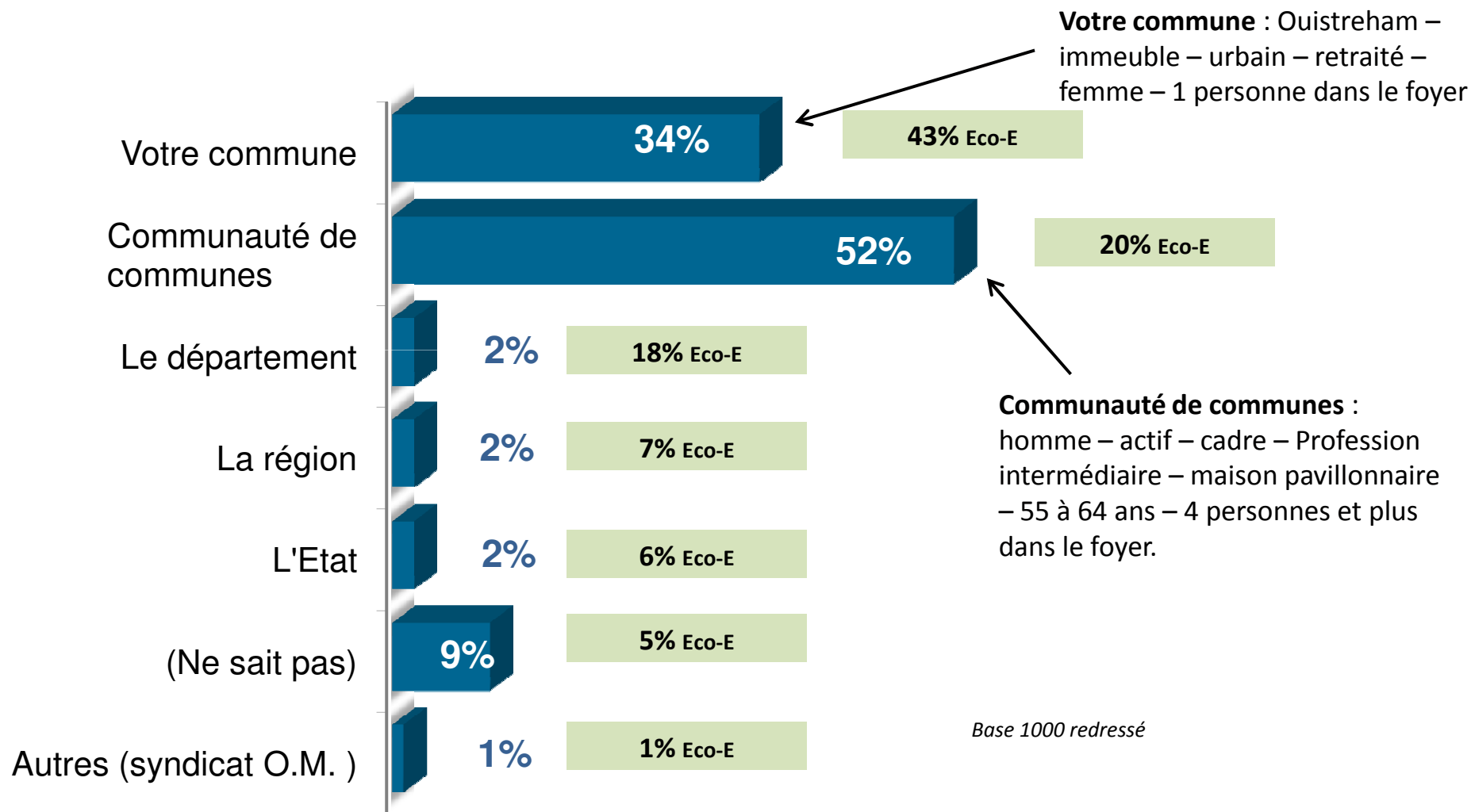
Echantillonnage : Choix du stratifié

ECHANTILLON STRATIFIE	Effectif enquête	Poids dans l'échantillon	Marge d'erreur	Poids réel pour redressement	
Cté d'Agglomération CAEN LAMER	400	40%	4,9%	80%	Zone Caen la mer 400
<i>dont zoom urbain > 10000 hab</i>	280		5,9%		
<i>dont zoom habitat vertical</i>	150		8,0%		
Cté de Cnes EVRECY-ORNE-ODON	100	10%	9.8%	4%	Zone Terre 300
Cté de Cnes ENTRE BOIS ET MARAIS	100	10%	9.8%	2%	
COPADOZ (PAYS D'AUGE DOZULEEN)	100	10%	9.8%	2%	
CABALOR (CAMPAGNE BAIE DE L'ORNE)	100	10%	9.8%	3%	Zone Littorale 300
Cté de Cnes OEUER DE NACRE	100	10%	9.8%	5%	
Colleville Montgomery & OUISTREHAM	100	10%	9.8%	4%	
Total	1000	100%	3,1%	100%	

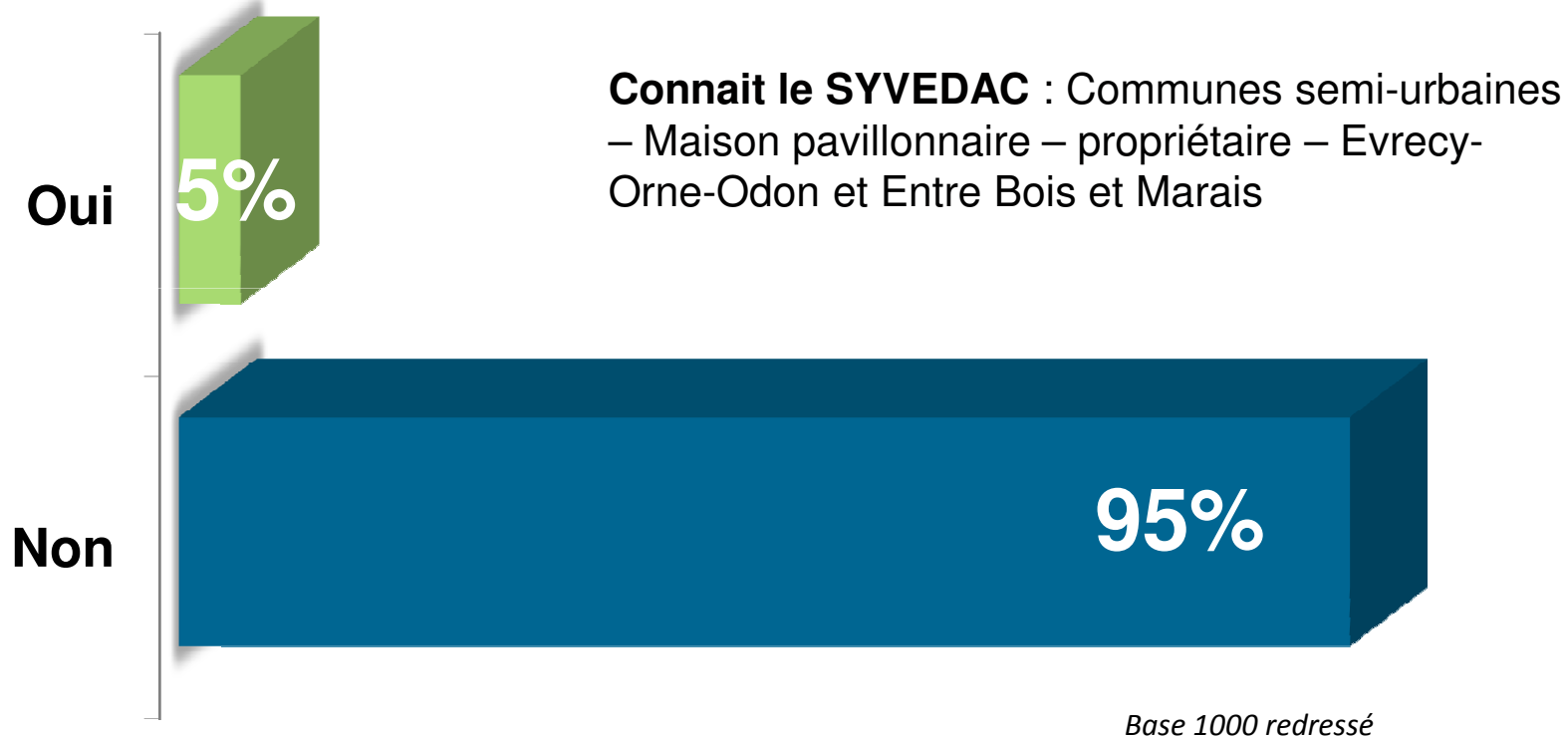
CONNAISSANCE ET PROXIMITE

Connaissance et proximité

Question : « Selon vous, en dehors du rôle de chaque citoyen, qui a prioritairement la responsabilité du tri des déchets ménagers... »



Notoriété du SYVEDAC

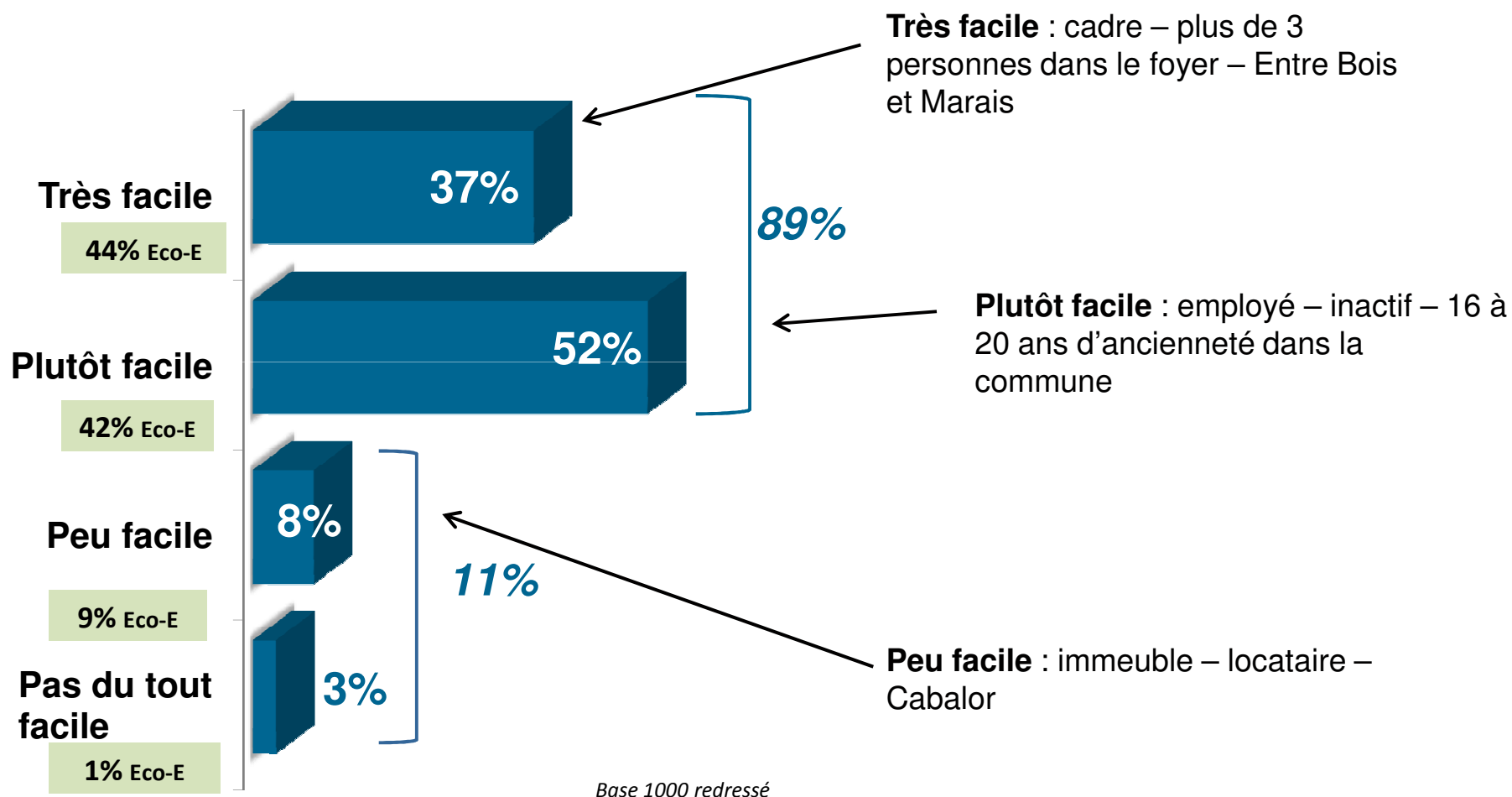


Usagers du service

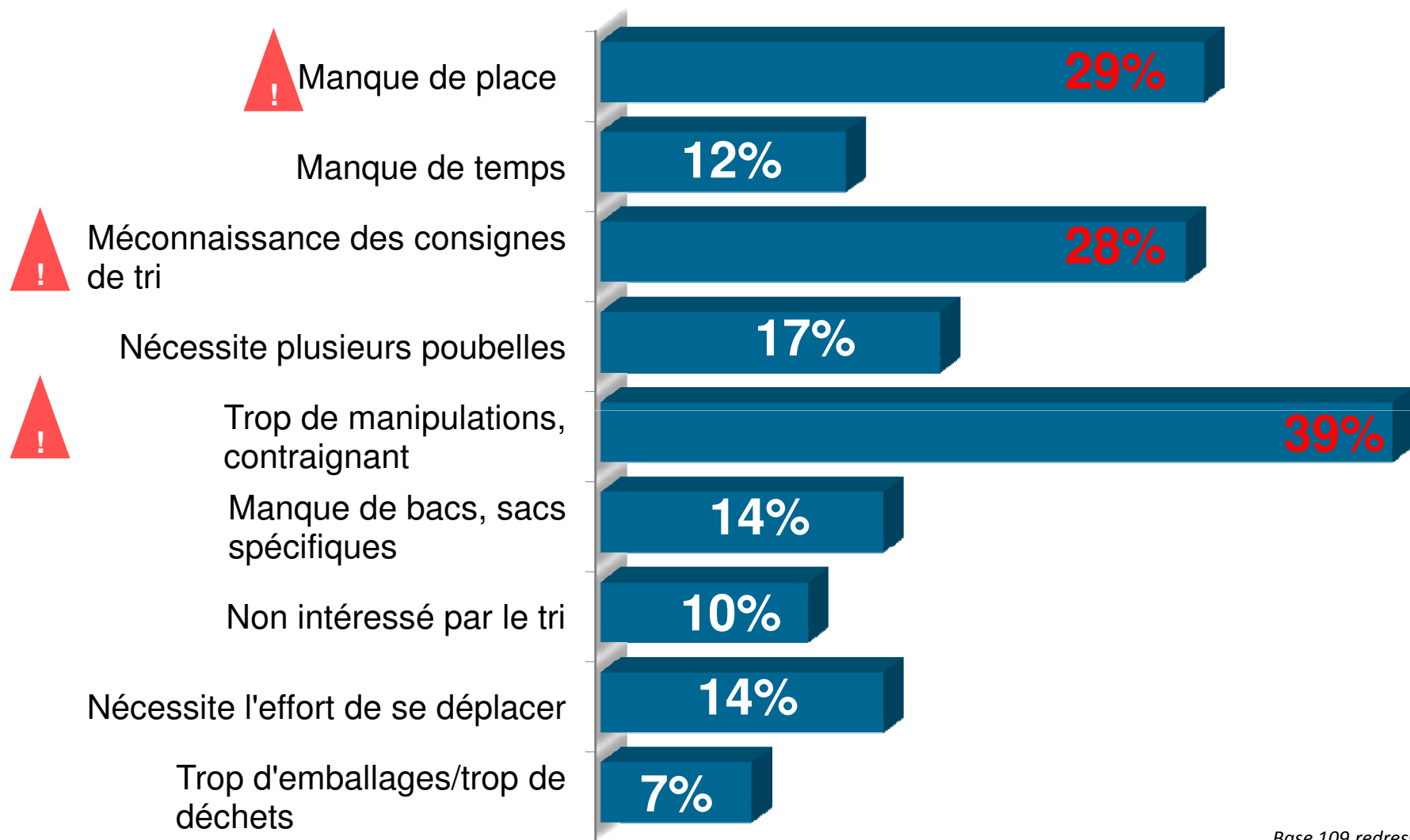
OPINION, USAGES ET COMPORTEMENTS

Perception de la facilité du geste de tri

Question : « Pensez-vous que trier ses déchets et emballages ménagers au quotidien est un geste... ? »



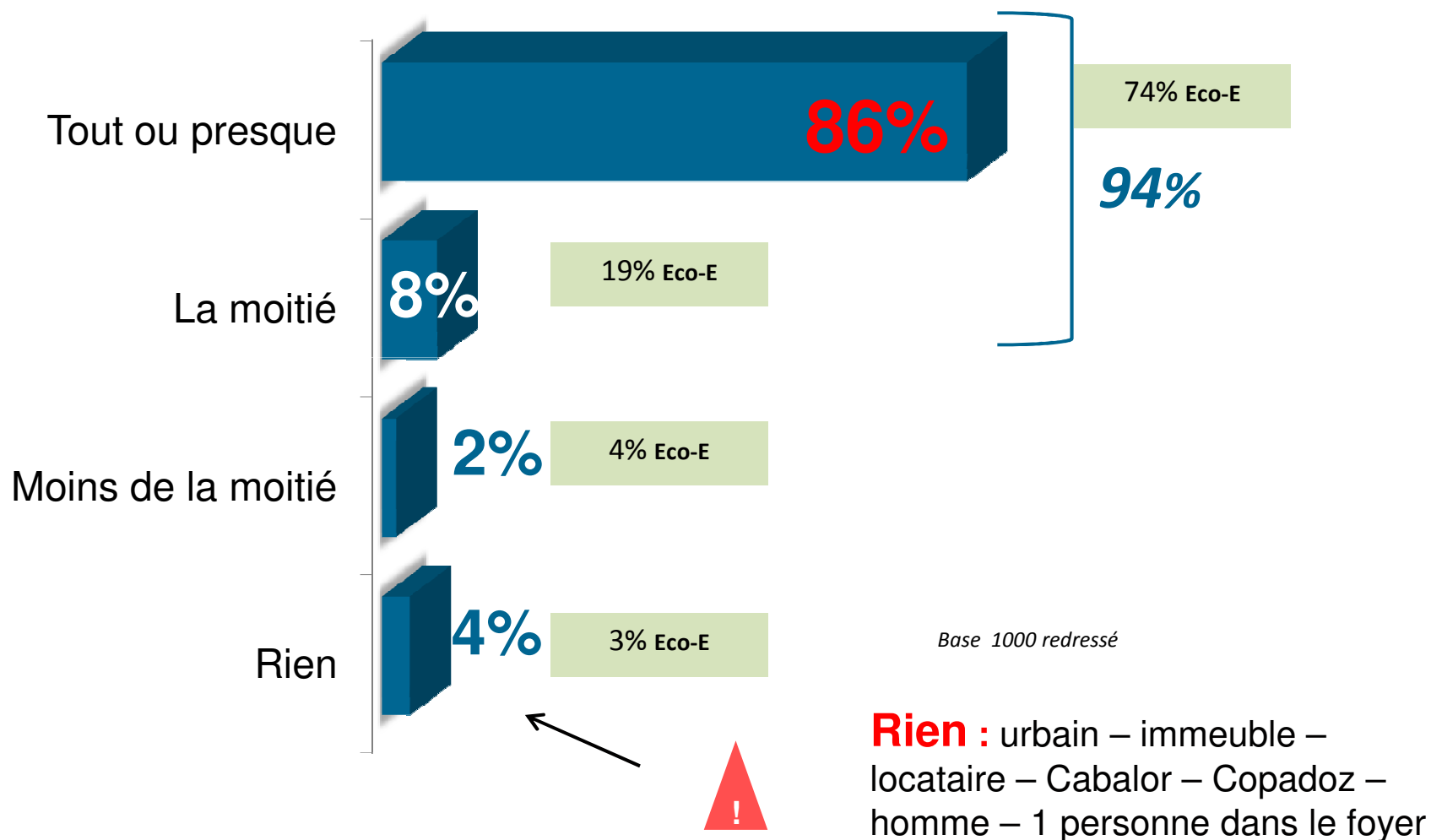
Motifs de la difficulté du geste de tri



Base 109 redressé

Proportion de déchets triés

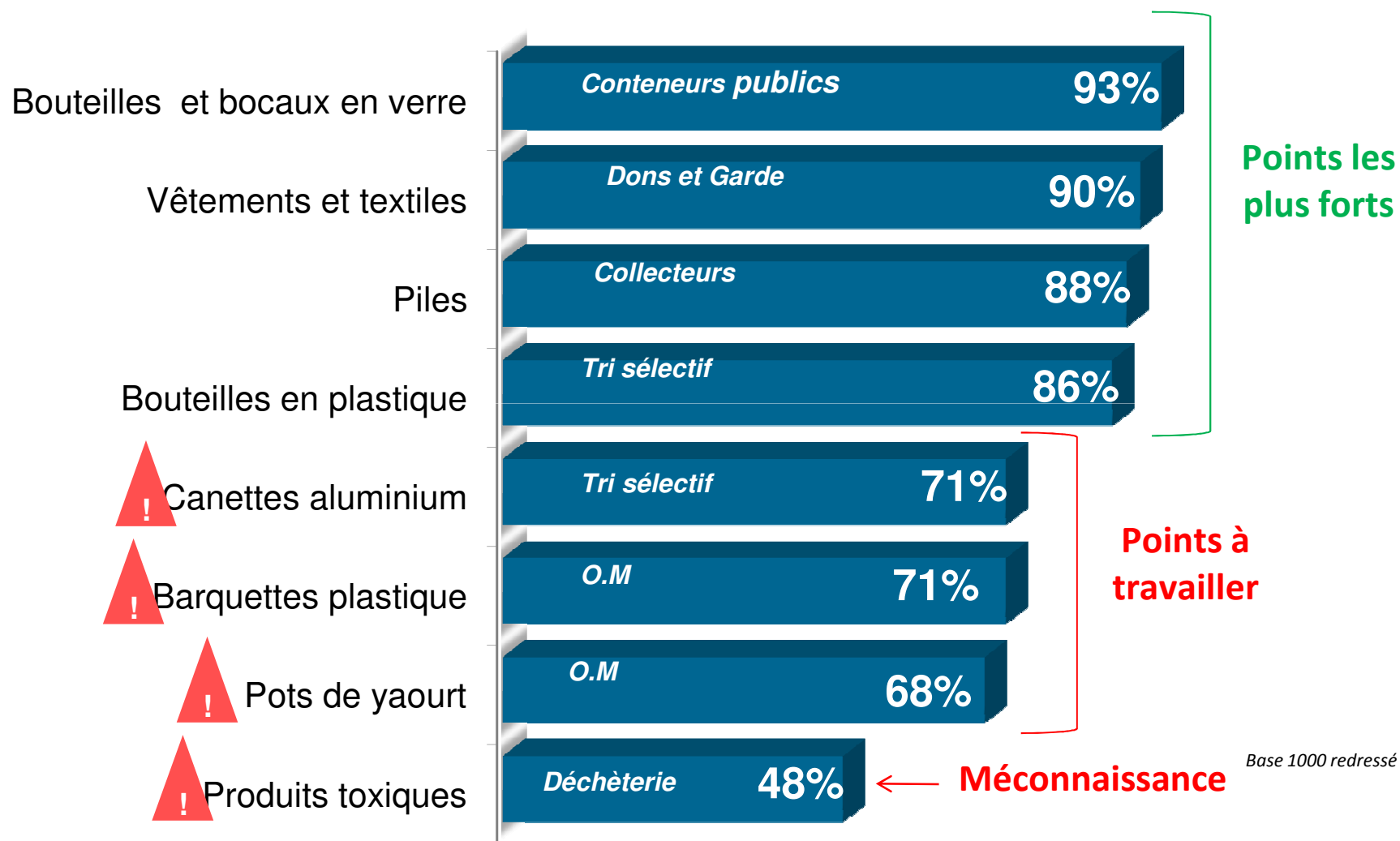
Question : « Dans quelles proportions les déchets d’emballages sont-ils triés dans votre foyer ? »



Pratiques de tri

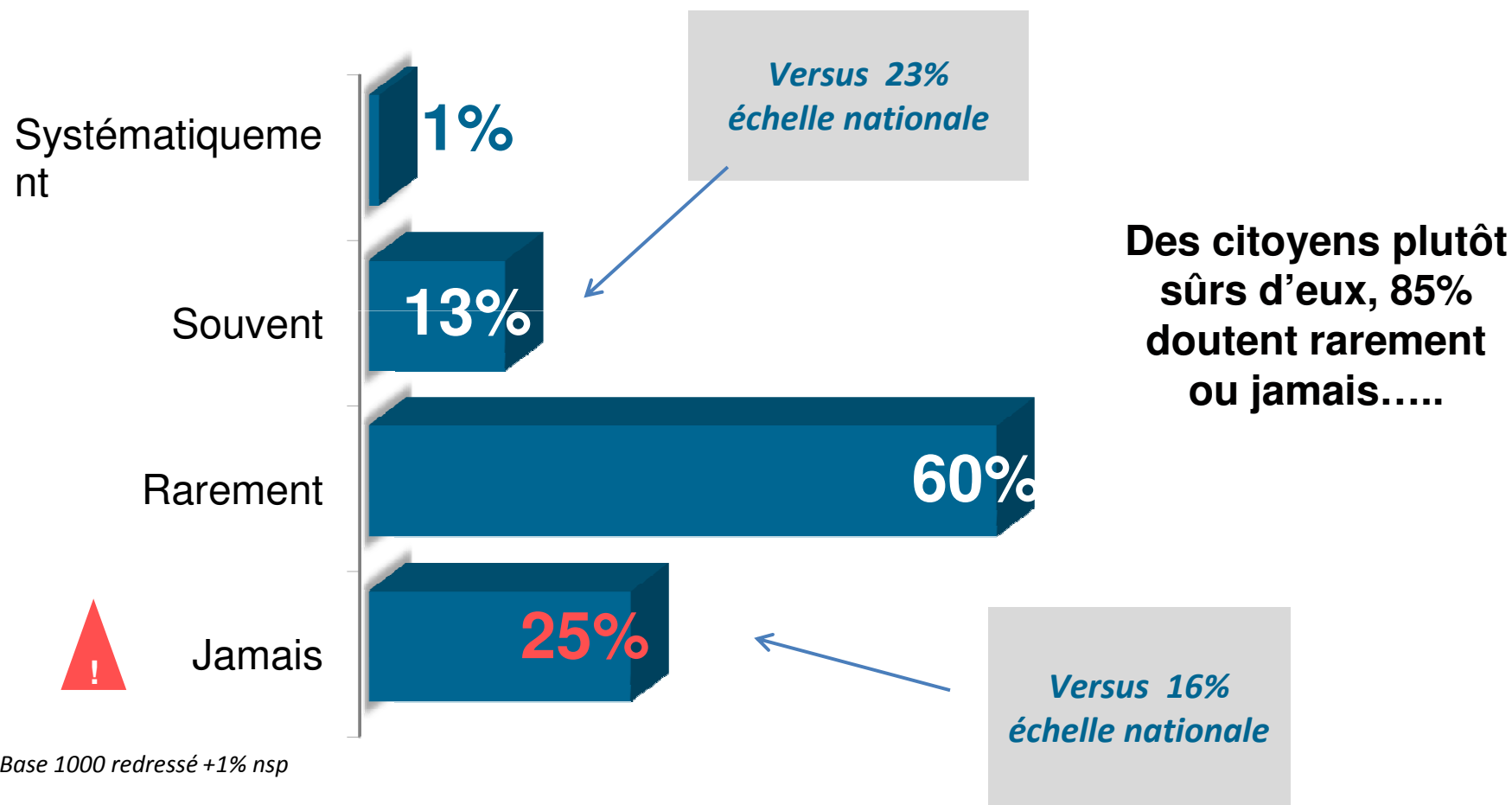
❖ **Interrogation** : « *Je vais vous citer un certain nombre de déchets. Pour chacun d'eux, vous me direz si le plus fréquemment vous les mettez...*

Synthèse des BONNES PRATIQUES



Doutes et incitations au tri

Question : « Vous arrive-t-il d'avoir des doutes pour distinguer les déchets à recycler, c'est-à-dire ceux à mettre dans les sacs de tri ? »



Question : « *Qu'est qui aujourd'hui pourrait vous inciter à trier davantage vos déchets d'emballages? »*

	Effectifs	TOTAL redressé
Rien, trie suffisamment	421	42%
Rien, pas motivé	47	5%
Meilleure information sur les consignes de tri	132	13%
Davantage de moyens collectifs à disposition: conteneurs, déchèterie, collecte...	112	11%
Avoir les moyens individuels à disposition: bacs, sacs	97	10%
Limiter les déchets, les emballages à la source	80	8%
Sensibilisation à l'impact environnemental	63	6%
Plus de place, logement plus grand	44	4%
De l'information, de la publicité	43	4%
Une déduction fiscale, incitation financière, une baisse du coût de collecte	42	4%
Motivation : environnement propre, gete facilité	25	3%
Sans réponse	13	1%
Une loi, une obligation pour tous	3	0%
Total/ répondants	1000	

Difficultés à trier le verre

	Effectifs	Total
Aucune difficulté	709	71%
Expriment au moins une difficulté	291	29%
TOTAL	1000	100%

Difficultés évoquées codifiées	Effectifs	Total
Transport : contraintes liées à la distance "conteneur-habitation"	118	41%
Contraintes : où mettre bouchons et couvercles / faut-il laver le verre	54	19%
Accessibilité : manque d'hygiène et manque d'esthétisme	50	17%
Incertitudes : besoin d'être rassuré sur les bornes pratiques	44	15%
Stokage	34	12%
Autres - incivilité	5	2%

« Il y a des conteneurs à bouteilles qui sont très loin, mes parents sont âgés. Il n'y a pas de conteneurs à bouteilles dans l'immeuble » ; « Pas de conteneurs à proximité »

« On ne sait pas s'il faut les laver » ; « C'est simplement enlever les couvercles »

« Le trou du conteneur n'est pas assez gros » ; « Ils ne sont pas très propres »

« Concernant les bocaux de conserves où il y a des morceaux de fer, je ne sais pas quoi en faire, car mélange de matériaux » ; « Les bouteilles d'huile d'olive par rapport à la couleur du verre? »



Un tiers de la population exprime des difficultés : les contraintes liées au transport et au stockage sont évoquées en priorité mais le manque d'information est aussi une réalité (*est-ce que je dois laver le verre, nature des verres recyclables ? etc...*)

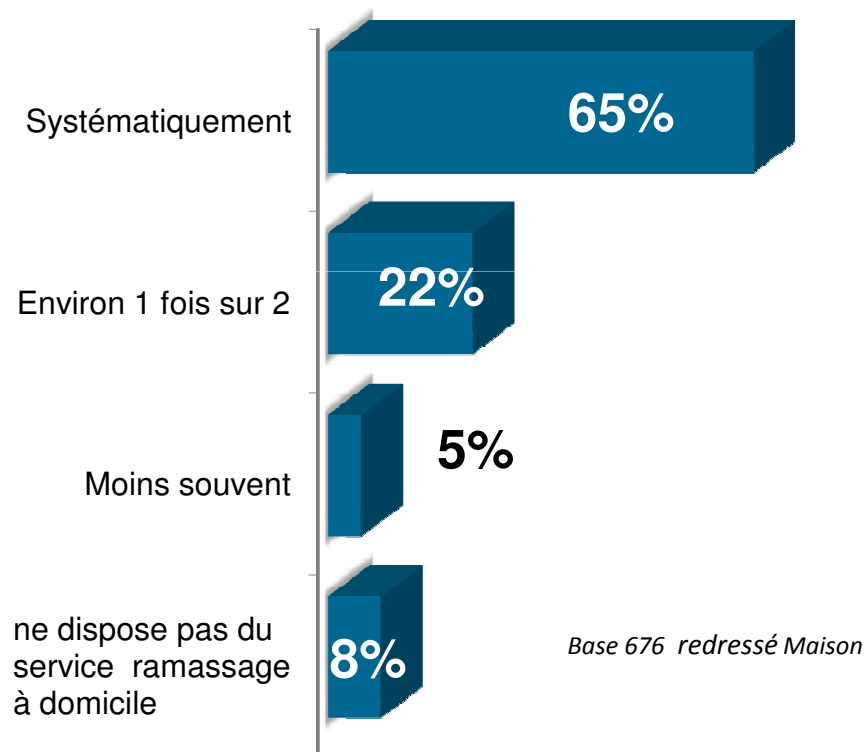
Axes d'optimisation potentiels :

- ❖ Faciliter le stockage notamment pour les habitants en immeuble
- ❖ Communiquer sur les bons gestes à adopter
- ❖ Travailler sur la géo-localisation des conteneurs et la communiquer
- ❖ Mettre des poubelles à côtés des conteneurs pour les bouchons et les couvercles
- ❖ Organiser un système « d'alerte » en cas de conteneur « pleins » : être vigilant sur l'entretien des abords des conteneurs.

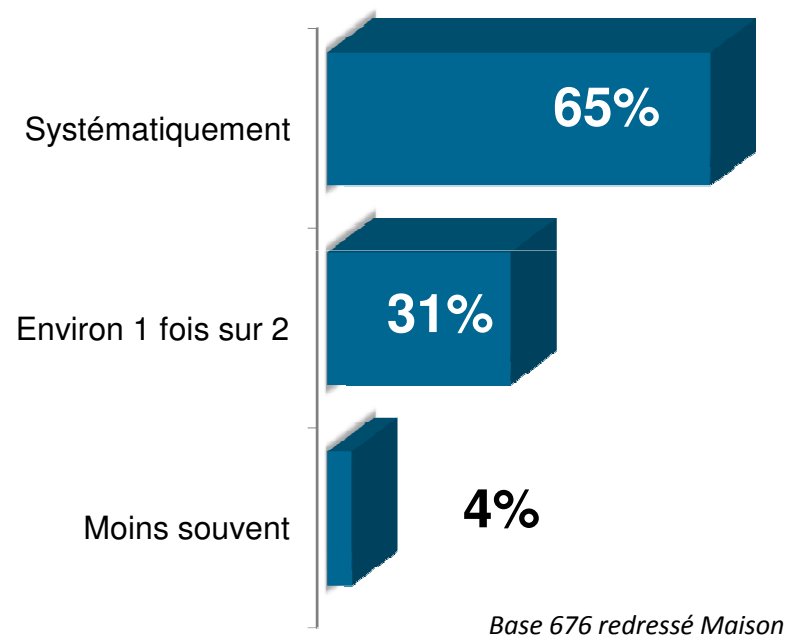
Pratiques spécifiques

Question : « Dans votre foyer, les sacs du tri sélectif et les sacs/bacs d'ordures ménagères sont-ils sortis : systématiquement, à chaque passage des « camions bennes », environ 1 fois sur 2 ou moins souvent ? »

Sacs du tri sélectif



Sacs / bacs ordures ménagères

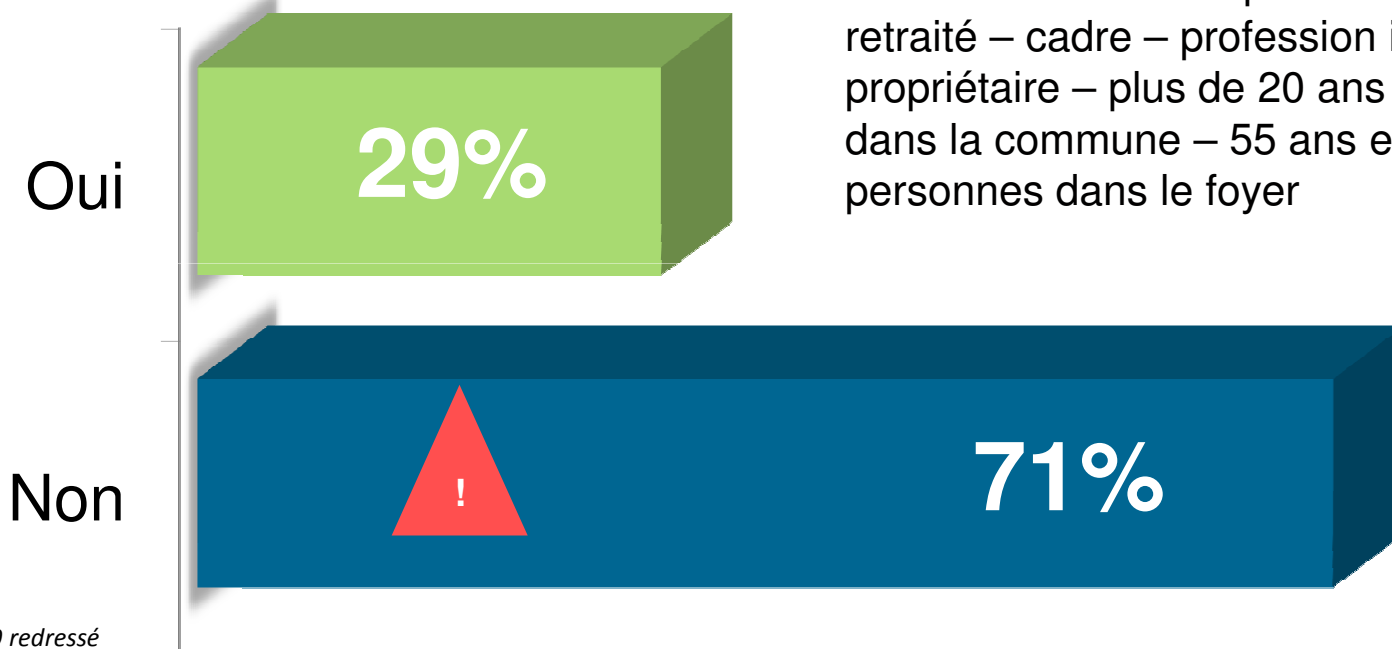


Usagers du service

DÉCHETS DE JARDIN ET DE CUISINE

Pratique du compostage

Question : «Pratiquez-vous le compostage? »



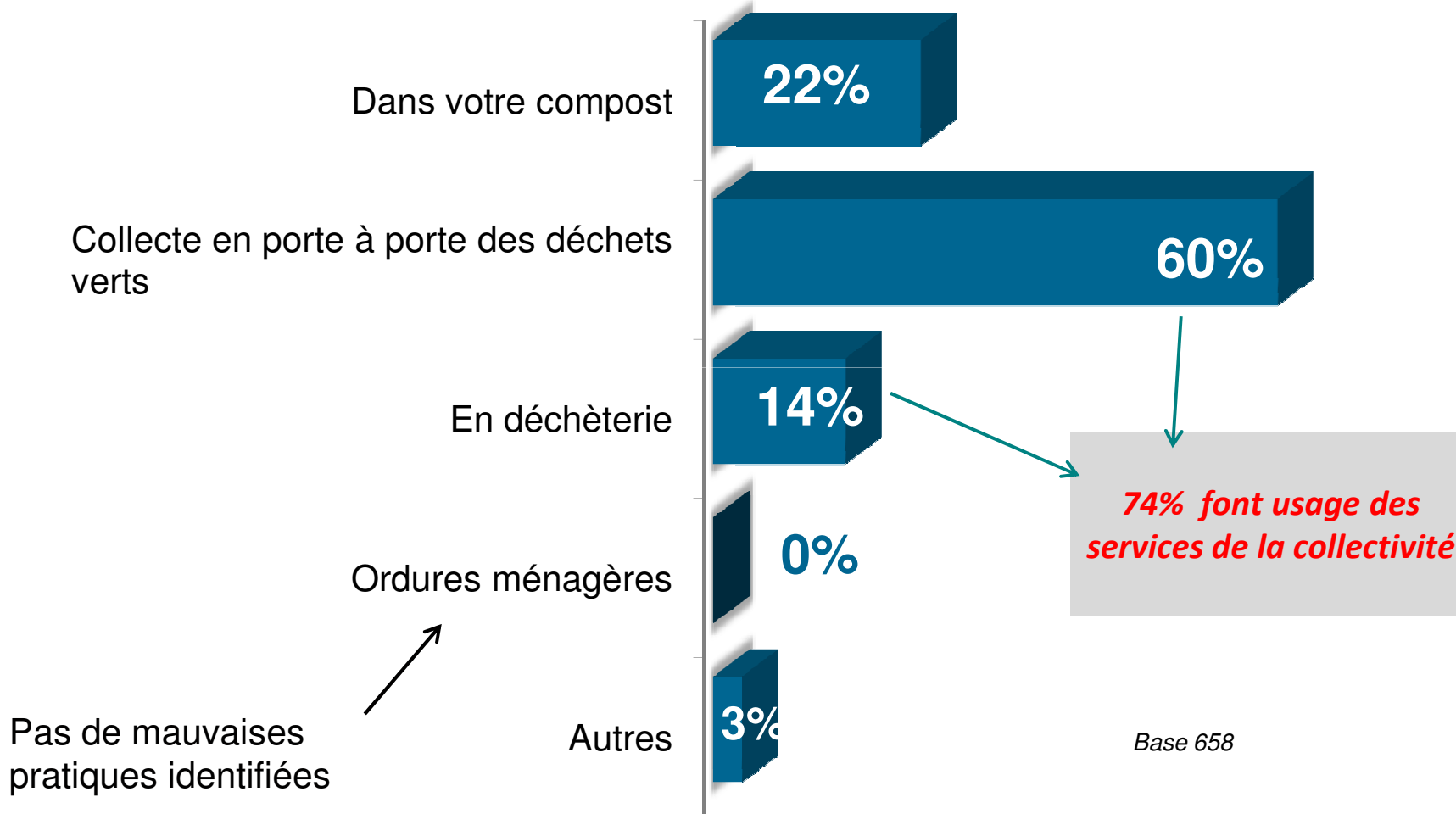
oui : rural – maison pavillonnaire – homme – retraité – cadre – profession intermédiaire – propriétaire – plus de 20 ans d’ancienneté dans la commune – 55 ans et plus – 2 personnes dans le foyer

non : urbain – femme – inactif – artisan – employé – immeuble – locataire – geste de tri peu facile – trie rien – moins de 34 ans ou plus de 75 ans – 1 personne dans le foyer

Base 1000 redressé

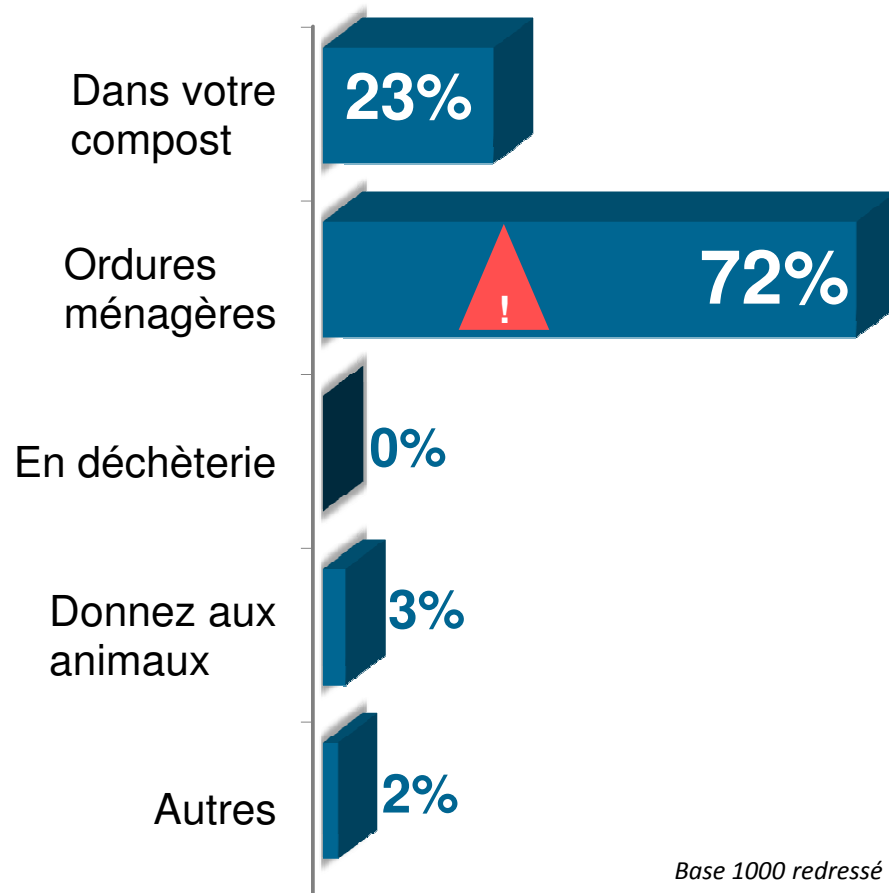
Déchets végétaux

Pratiques déchets végétaux



Déchets organiques

Pratiques déchets organiques



Croisement sur les pratiques	pratique de compostage	pas de compostage	total
compost	<u>78%</u>		23%
ordures ménagères	19%	<u>93%</u>	72%
déchèterie			
donne aux animaux	2%	3%	3%
autres		<u>3%</u>	2%
Total	100%	100%	100%

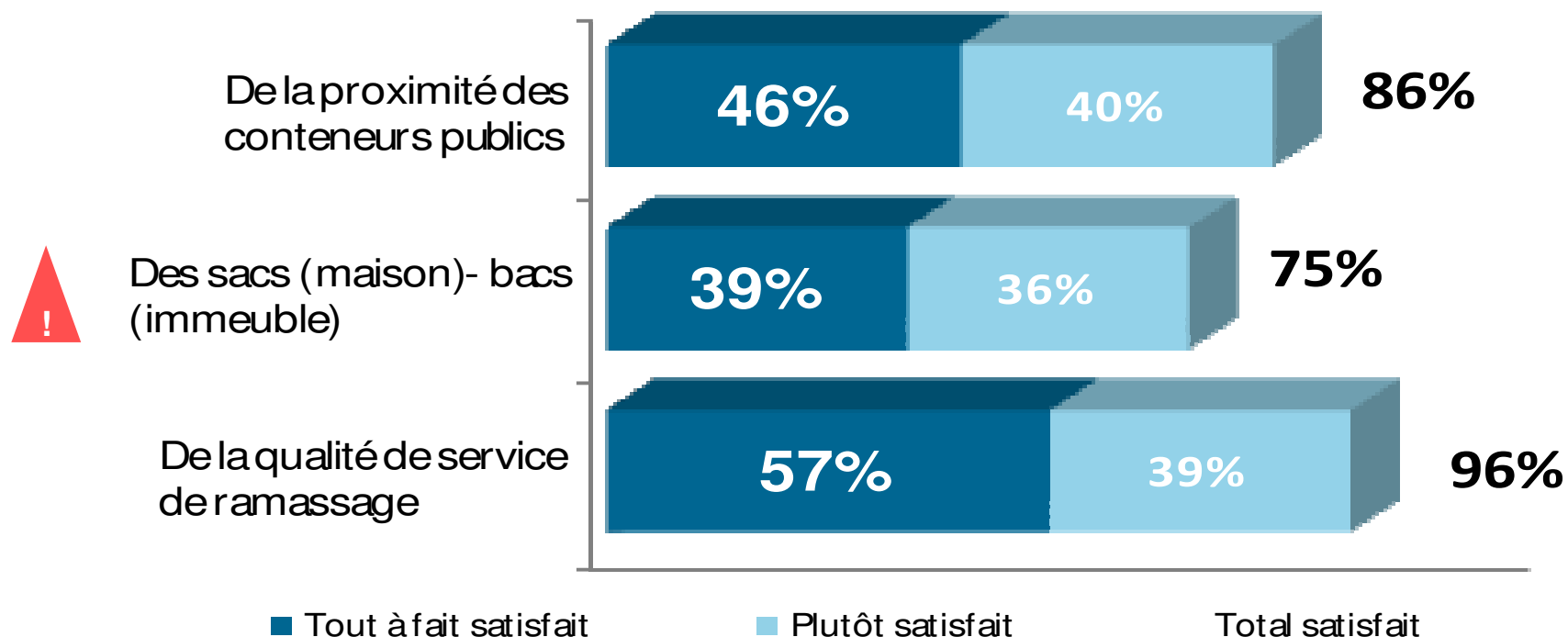
Mesure de la satisfaction

SUR DIVERS DISPOSITIFS MIS EN PLACE

Questions : « Diriez-vous qu'aujourd'hui vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout satisfaits des éléments suivants... ? ». Les questions ont fait l'objet d'une **rotation** lors de l'administration des questionnaires afin de ne pas introduire de biais d'enquête.

- ⊙ De la qualité de service de ramassage des déchets ménagers en général,
- ⊙ Des sacs (maison) / bacs (immeuble) pour le tri sélectif
- ⊙ De la proximité des conteneurs publics de votre quartier

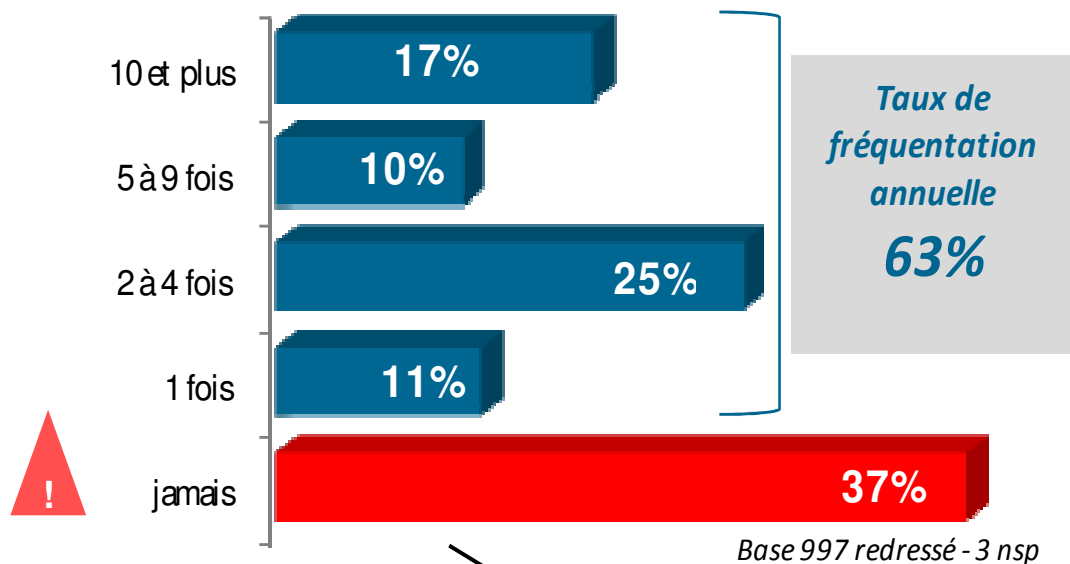
Satisfactions sur dispositifs



Fréquentation des déchèteries 1/2

Question : « combien de fois par an allez-vous dans une déchèterie déposer vos déchets? Vous ou une autre personne de votre foyer. »

Fréquentation de la déchèterie

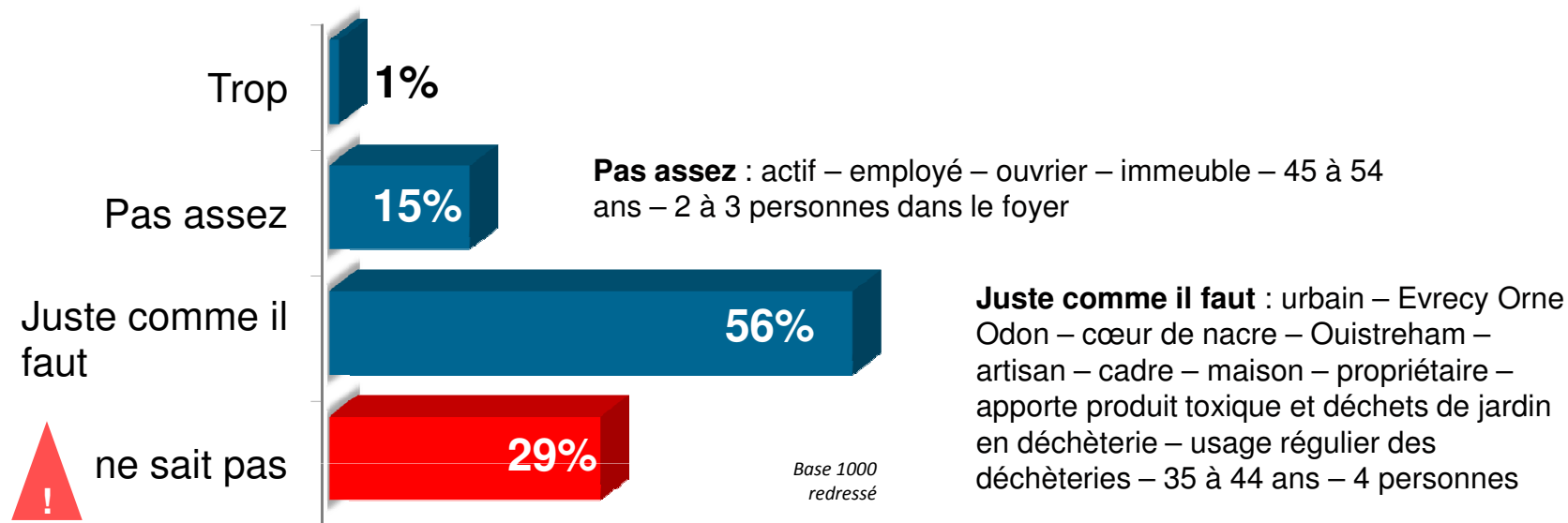


La fréquentation moyenne de la déchèterie sur l'ensemble du SYVEDAC est de **7,3 fois par an**.

	Moyenne	Maxi
CDA de Caen la mer	3,16	50
CC de Evrecy-Orne-Odon	11,77	50
CC de Cabalor	16,73	60
CC de Coeur de nacre	8,9	104
CC Entre bois et marais	5,92	52
CC de Copadoz	5,8	63
Quistreham	11,4	100

Ceux qui ne s'y rendent jamais se retrouvent le plus souvent dans les profils suivants : : **immeuble – urbain** – **CDA de Caen la mer** – geste de tri peu facile – ne trie rien – moins de 34 ans – plus de 75 ans – 1 personne dans le foyer.

Appréciation du nombre de déchèterie



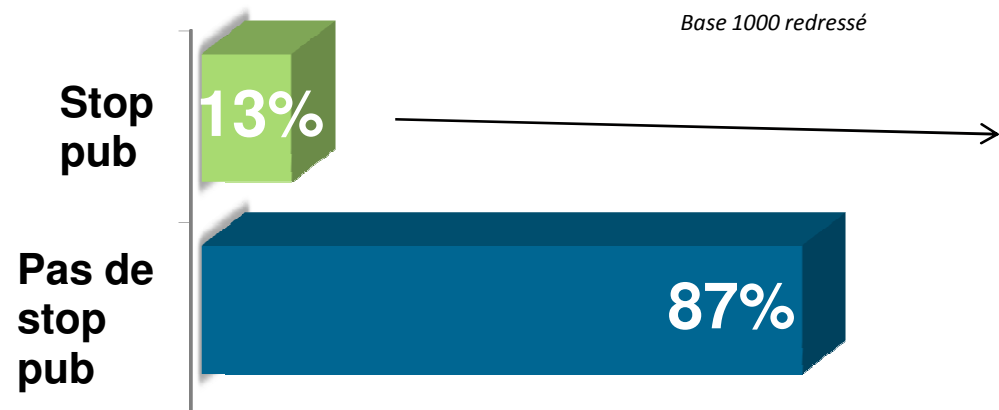
	CDA Caen la mer	Evrecy-Orne-Odon	Cabalo	Cœur de nacre	Entre bois et marais	Copadoz	Ouistreham
Trop	1%	2%				3%	
Pas assez	15%	9%	20%	12%	<u>26%</u>	20%	10%
Juste comme il faut	54%	<u>76%</u>	69%	<u>77%</u>	57%	61%	<u>79%</u>
ne sait pas	<u>31%</u>	13%	11%	11%	17%	16%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Usagers du SYVEDAC

COMPORTEMENT FACE À LA PUBLICITÉ

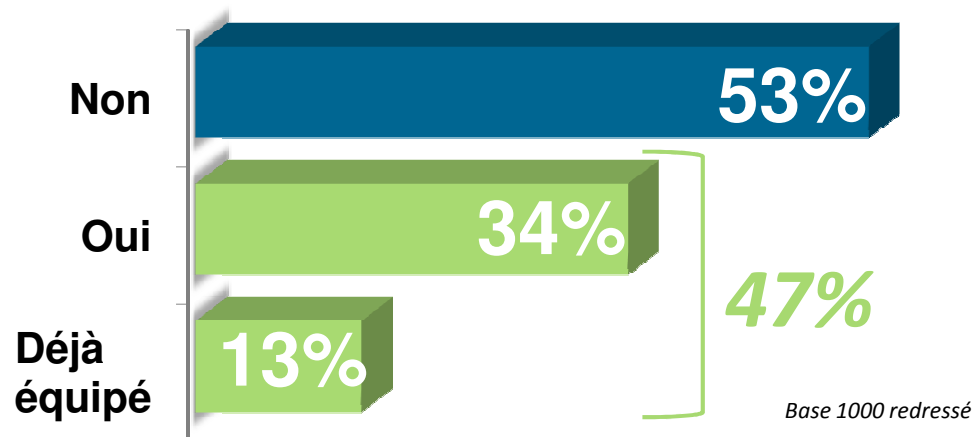
Comportement face à la publicité 1/2

Question : « Avez-vous posé un « stop pub » sur votre boîte aux lettres pour refuser la publicité ? »



Stop pub : Retraité – cadre – propriétaire – geste de tri très facile – présente ses sacs de tri ou ses OM 1 fois sur 2 – compostage –

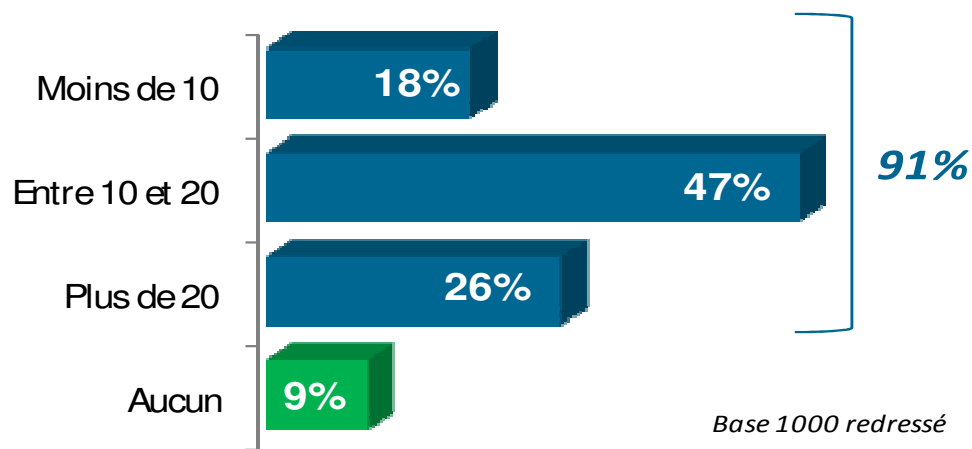
Question : « Si la collectivité vous fournissait un autocollant « stop pub » seriez-vous prêt à l'utiliser ? »



Le « stop pub » pourrait intéresser un foyer sur deux si la collectivité fournissait l'autocollant....

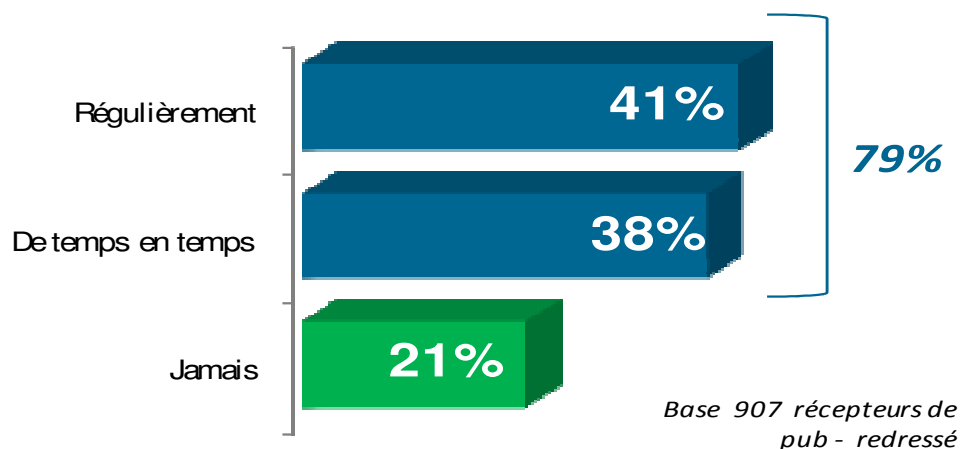
Comportement face à la publicité 2/2

Question : « Quelle quantité de prospectus publicitaires recevez-vous en moyenne par semaine ? »



Croisement	stop pub	pas de stop pub	total
aucun	52%	3%	9%
moins de 10	18%	18%	18%
10 à 20	20%	51%	47%
plus de 20	10%	28%	26%
Total	100%	100%	100%

Lecture de la publicité reçue



8 interviewés sur 10 déclarent lire la publicité

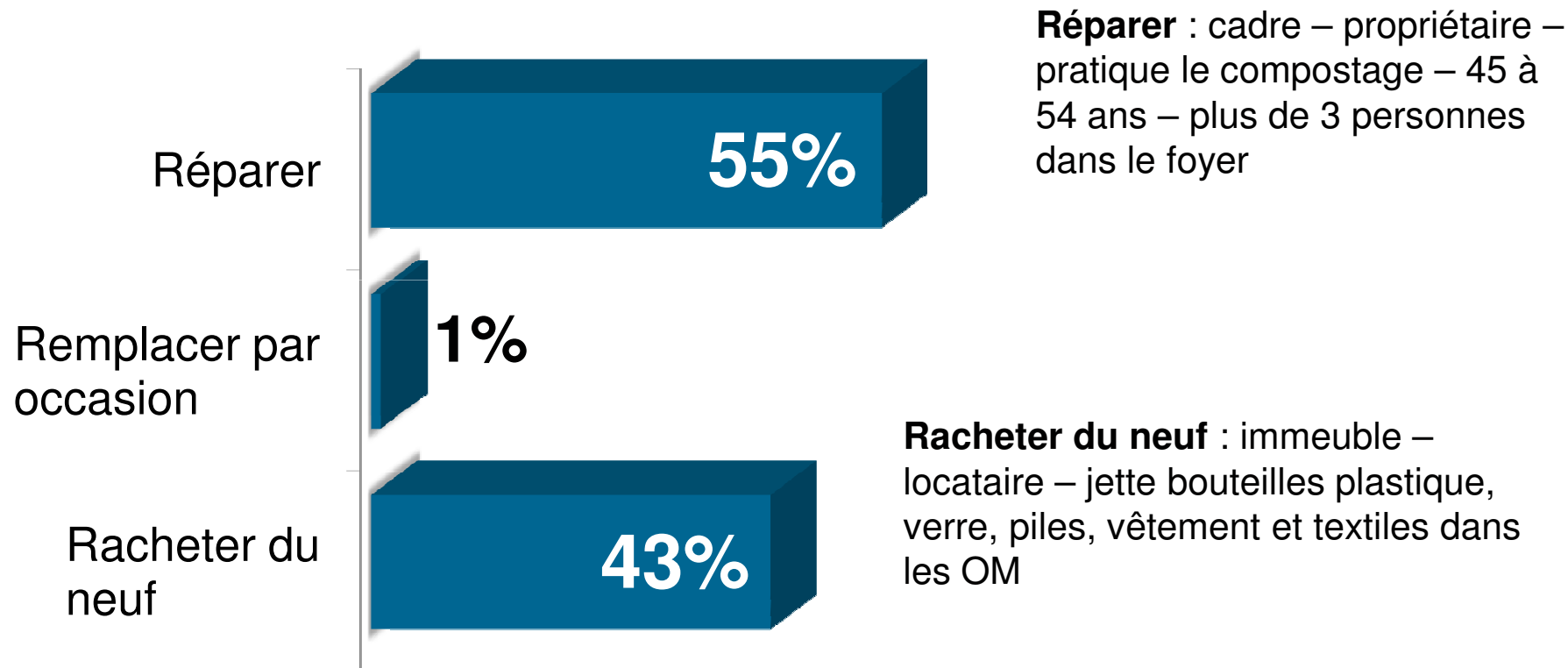
Les analyses mettent en évidence un lien entre la quantité de prospectus reçu et le niveau de lecture: trop de pub incite à la non-lecture

Usages du SYVEDAC

LES RESSOURCERIES

Comportement face aux produits

Question : « *Lorsqu'un objet, un vêtement, un appareil électrique est panne, troué ou cassé, le plus souvent, vous faites tout pour le réparer, vous cherchez à le remplacer par un achat d'occasion, vous préférez racheter du neuf ?* »

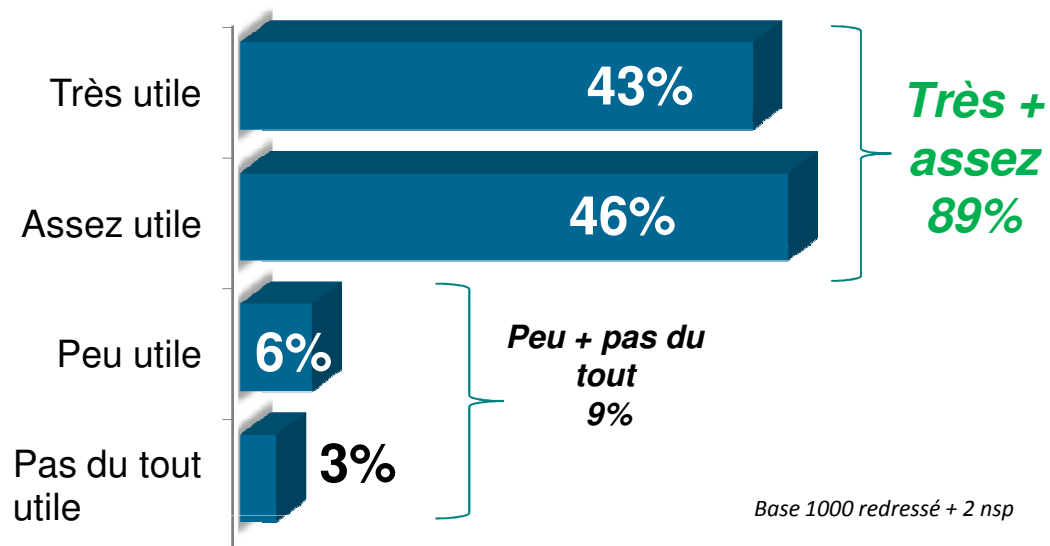


Réparer : cadre – propriétaire – pratique le compostage – 45 à 54 ans – plus de 3 personnes dans le foyer

Racheter du neuf : immeuble – locataire – jette bouteilles plastique, verre, piles, vêtement et textiles dans les OM

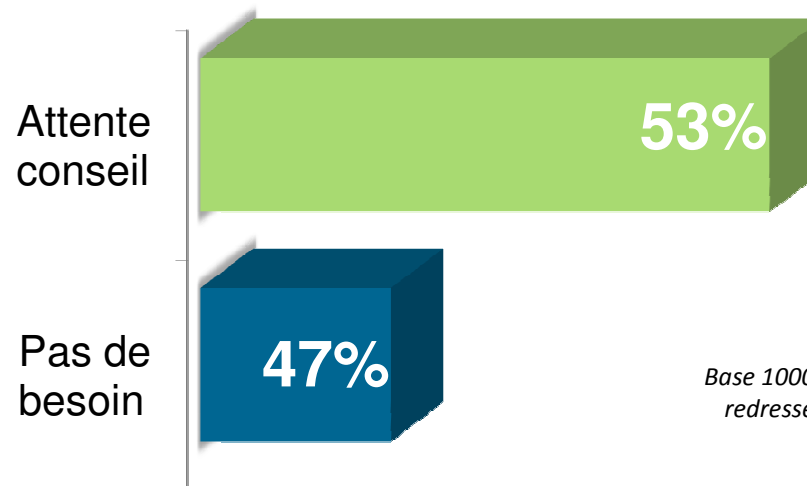
Base 1000 redressé - 1% nsp

Création d'une ressourcerie



Question : « Si la collectivité créait une « ressourcerie » pour reprendre, réparer et revendre différents objets comme le mobilier ou l'électroménager, sur le principe, vous pensez que ce type d'établissement serait ...? »

Question : « Pour produire moins de déchets, aimeriez-vous recevoir des conseils ? »



Tests d'hypothèses

LEVIERS D'OPTIMISATION & PERSPECTIVES

Une batterie de questions mesure l'acceptation ou non de dispositifs mis en place pour limiter la hausse des coûts : «*Pour limiter la hausse des coûts supportés par les habitants, seriez-vous plutôt d'accord ou pas d'accord... :*

➔ *pour que vos sacs jaunes soient collectés moins souvent qu'actuellement ?*

➔ *pour que vos ordures ménagères soient collectés moins souvent qu'actuellement ?*

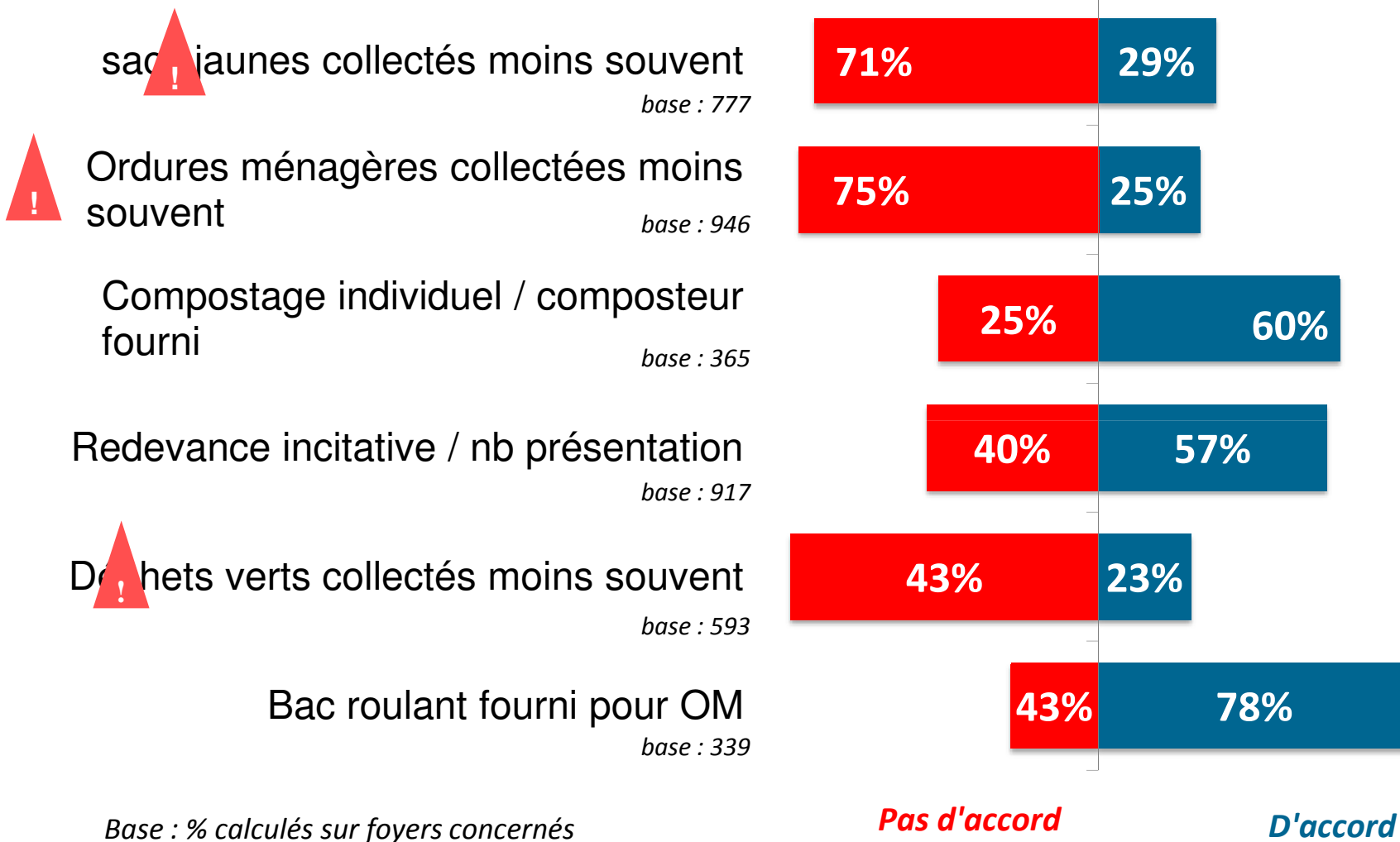
➔ *pour faire du compostage individuel sachant que la collectivité vous fournirait un composteur ?*

➔ *pour payer le service en fonction de la quantité de déchet que vous présentez réellement à la collecte (redevance incitative) ?*

➔ *pour que vos déchets verts soient collectés moins souvent qu'actuellement ?*

➔ *pour que votre collectivité vous fournisse un bac roulant pour collecter vos ordures ménagères ?*

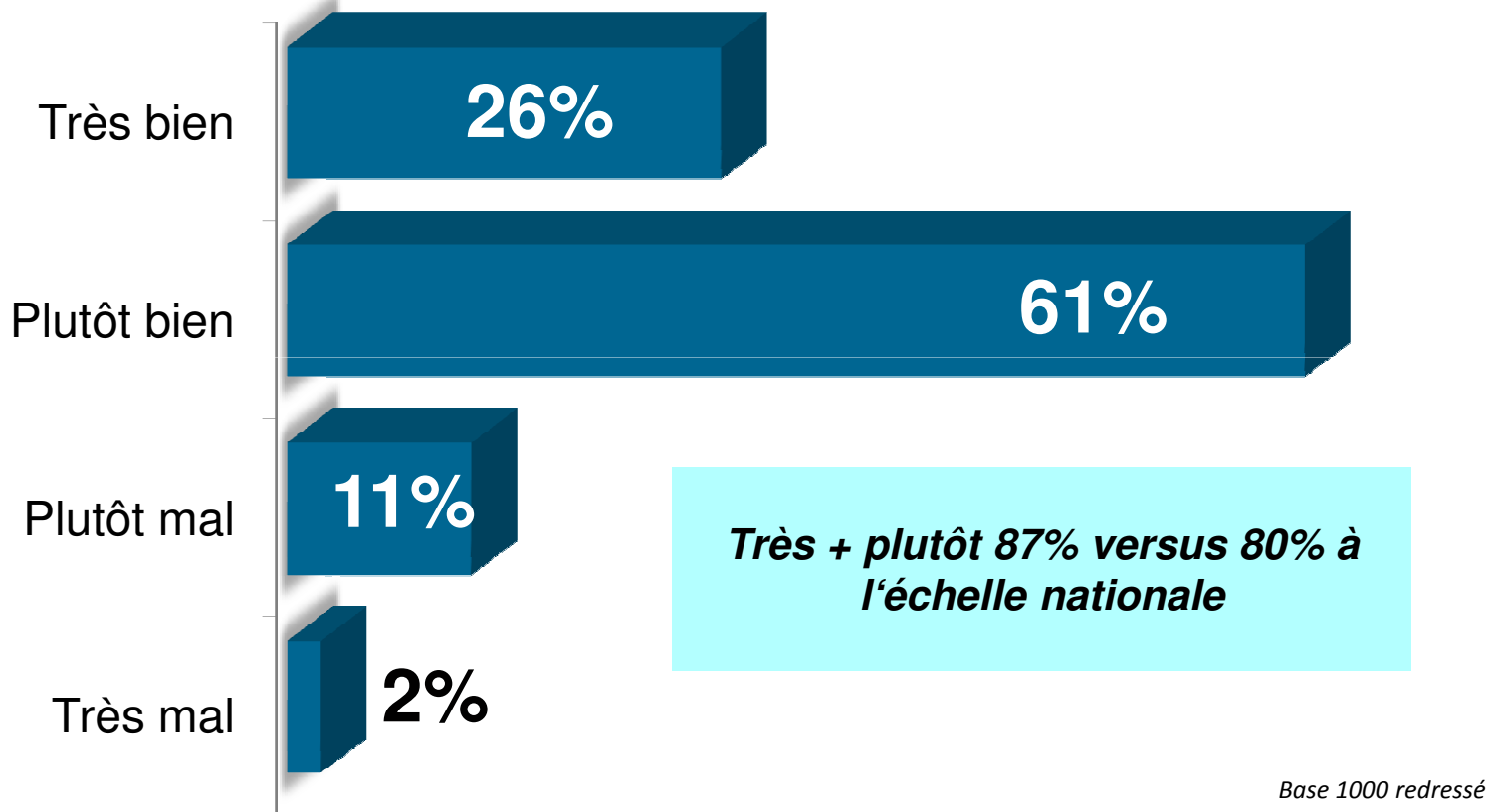
Leviers d'optimisation



Niveau d'information et attentes
LES ÉLÉMENTS DE
COMMUNICATION

Niveau d'information

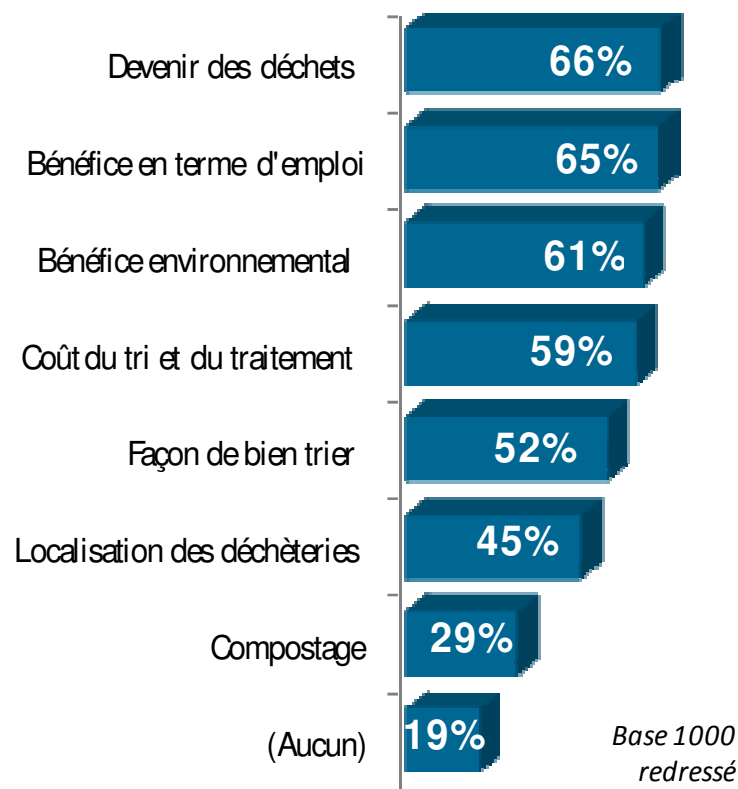
Question : « De façon générale, estimez-vous être bien informé sur le tri sélectif des déchets et emballages ménagers ? »



Attentes en termes de contenu & de forme

Questions : « Sur quels aspects souhaiteriez-vous davantage d'informations sur le tri ? » « Parmi les sources d'informations suivantes quelles sont celles qui pourraient vous être utiles dans votre tri ? »

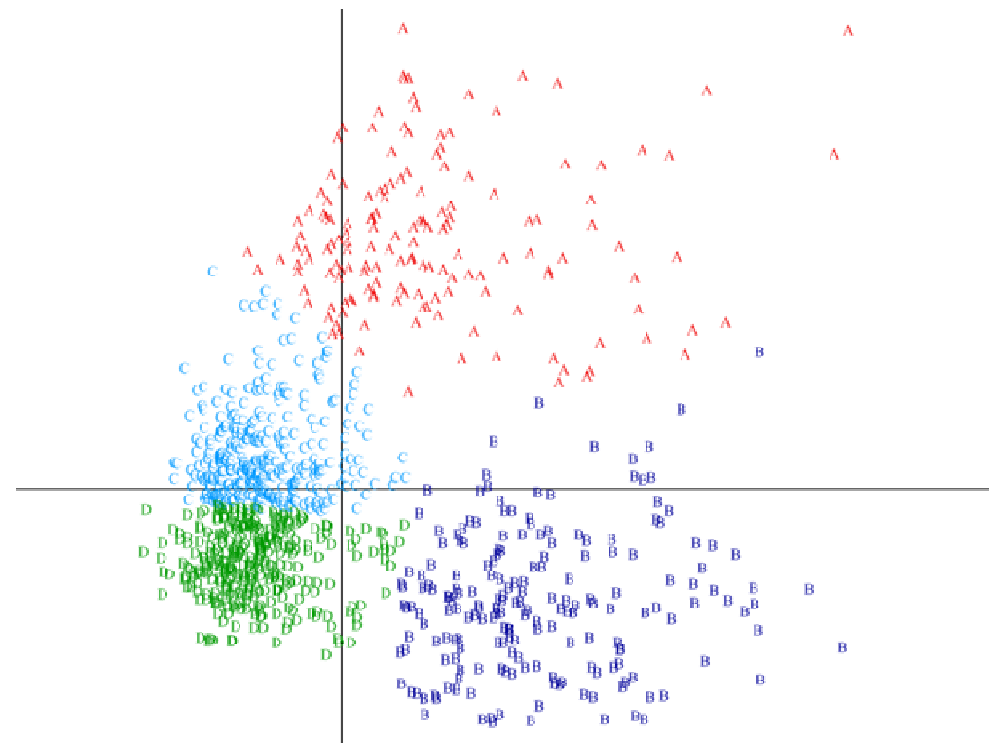
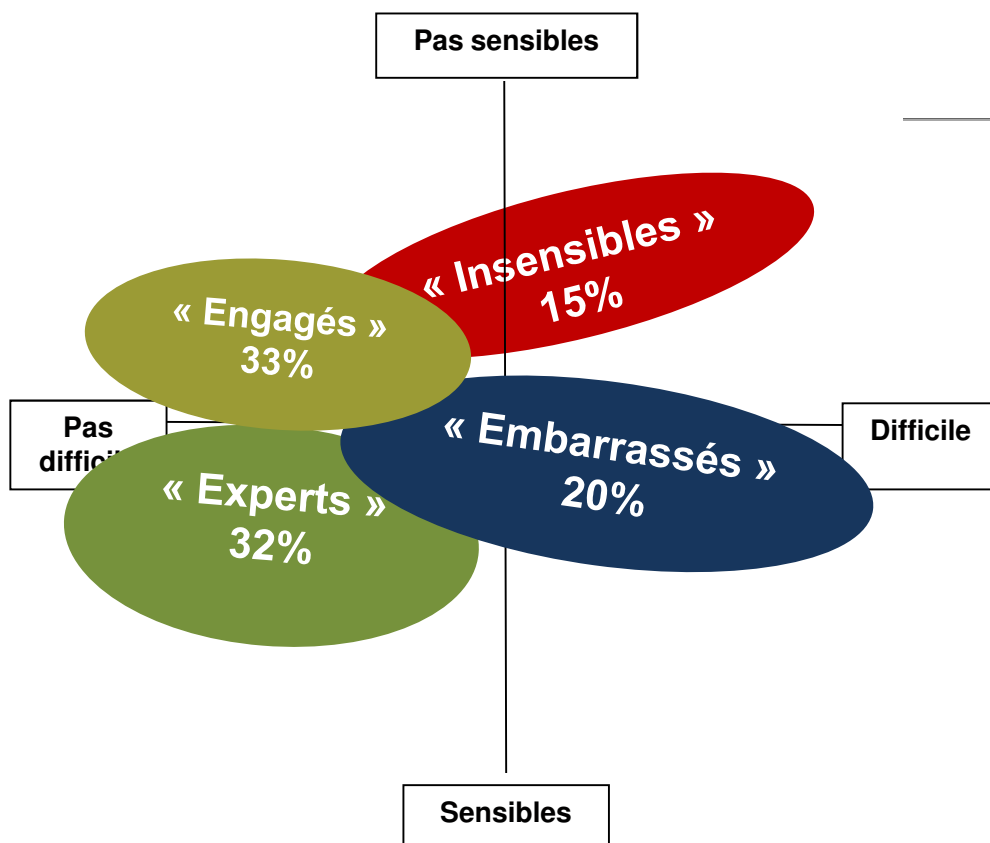
Etre informé SUR....



Etre informé PAR....



Typologie



En conclusion, on retiendra...

- ❖ **Des pratiques plutôt bonnes, une population confiante dans ses comportements.**
- ❖ **Le SYVEDAC n'est pas connu, la responsabilité du tri des déchets est plutôt attribuée à leur communauté de communes.**
- ❖ **Le verre : difficultés liées aux efforts que nécessite le tri**
- ❖ **Niveaux de satisfaction plutôt élevés face aux services proposés.**
- ❖ **Le « stop pub » pourrait intéresser un foyer sur deux si la collectivité fournissait l'autocollant.**
- ❖ **Une majorité (89%) considère comme utile la création d'une ressourcerie.**
- ❖ **Prévention : un foyer sur deux en attente de conseil pour produire moins de déchets.**
- ❖ **Information : le consommateur a besoin de comprendre pour mieux agir.**

Pistes de réflexion ...

❖ L'actualité politique et économique

- ⊙ Le Grenelle de l'Environnement et les mesures incitatives qui favorisent la prise de conscience des citoyens
- ⊙ L'action de la collectivité tient dans la proximité et le fait de faciliter le passage à l'acte des usagers

❖ La proximité entre le service public et les citoyens :

- ⊙ Incidence sur le niveau de connaissance
- ⊙ Incidence sur les pratiques
- ⊙ Le rapprochement renforce la motivation au tri

❖ Les « mauvais trieurs » qui pensent bien faire....

- ⊙ Les sensibiliser sur les erreurs de tri, leur redonner le doute

❖ Les attentes en matière de communication

- ⊙ Une communication de proximité : des infos concrètes pour produire moins de déchets
- ⊙ Développer la pratique du compostage à travers un accompagnement
- ⊙ Prise en compte le rejet quant à la diminution de la fréquence de collecte
- ⊙ Accompagnement du citoyen pro-active
- ⊙ Campagne de sensibilisation sur les conséquences (taux de refus ; impact des mauvais gestes, collecte des encombrants...)

Points à travailler

	CDA Caen la mer	Cablor	Entre bois et Marais	Copadoz	Ouistreham
<i>Caractéristique des mauvaises pratiques</i>	<i>Mauvais geste de tri (encombrants, O.M), sacs de tri = produits toxiques, barquettes plastiques ; attentes de conseils et de campagnes d'affichage sur le tri; ne vont jamais à la déchèterie et ne connaissent pas leur nombre</i>	<i>Tri la moitié des déchets, hésitation sur les bouteilles en plastiques et les canettes en aluminium; mauvais geste de tri (pots de yaourt et barquettes en plastique) ; Avoir les moyens individuels et collectifs à disposition</i>	<i>Tri du verre, sentiment de ne pas avoir assez de déchèterie ; souhait d'avoir des informations sur le compostage.</i>	<i>Ne trie pas systématiquement; mauvais geste de tri (verre et barquettes en plastique) ; hésitation sur les bouteilles en plastiques et les canettes en aluminium ; vont peu à la déchèterie, mal informé sur le tri ; Avoir les moyens collectifs mis à disposition</i>	<i>Avoir les moyens individuels à disposition</i>
Informations sur les consignes de tri	x	x	x	x	
Déchèterie (incitation à y aller plus souvent ou pas assez présente sur le territoire)	x		x	x	
Faciliter les gestes de tri (incitation à trier davantage)		x			
Avoir des moyens individuels et/ou collectifs		x		x	x
Amélioration des dispositifs mis en place (service de ramassage, proximité conteneur)		x		x	
Information sur compostage			x		

Nota: Pour **CC de Evrecy-Orne-Odon** et **CC de Cœur de Nacre**, il n'y a pas de points à travailler plus particulièrement