# Enquêtes des habitudes de consommation de la population

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

## CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

**Sevadec**
Bp 20
281, Rue Jacques Monod
www.sevadec.fr

OPTIGEDE
Administrateur
ADEME
administrateur.optigede@ademe.fr

Mots-clés: Espace privé MENAGE, ETUDE DE FAISABILITE,, ENQUETE,

## CONTEXTE

### Description du contexte de l'action:

Dans le cadre de l'élaboration et de la mise en place du Programme Local de Prévention des déchets signée en décembre 2010, nous avons réalisé une étude sur les habitudes de consommation des habitants du Pays du Calaisis. Cette enquête est un outil permettant d'évaluer à un instant donné la perception des habitants du territoire du SEVADEC vis-à-vis de la prévention des déchets, et plus généralement de la gestion des déchets. Ces données permettent d'identifier des priorités d'actions et de les hiérarchiser pour agir efficacement. Le suivi dans le temps des perceptions permet de valider la pertinence des actions et de les ajuster.

## OBJECTIFS ET RÉSULTATS

### Objectifs généraux:

Alimenter le baromètre de la prévention des déchets sur le territoire du SEVADEC.

Identifier à un instant T, les habitudes de consommation, et le positionnement des habitants du Pays du Calaisis.

Connaître les attentes, les besoins, les priorités, les motifs d'insatisfaction.

Solliciter des idées et des points d'amélioration.

Se servir de l'étude afin de sensibiliser les habitants et encourager leur participation aux actions de prévention.

Prioriser et hiérarchiser les actions du Programme Local de Prévention des déchets.

**Résultats quantitatifs:**

1600 personnes ont été interrogées (soit environ un centième de la population) sur quatre thématiques clés du Programme Local de Prévention des déchets : Généralités sur la prévention et la gestion des déchets ; Les habitudes d'achats ; Le gaspillage alimentaire ; La perception du réemploi et de la réparation et le comportement vis-à-vis de ces pratiques.

Les habitants ont été choisis en fonction du milieu d'habitat : urbain, semi-urbain ou rural.

A noter que chaque donnée peut-être analysée, outre le milieu d'habitat, en fonction de la localisation, du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitation et/ou de la catégorie socioprofessionnelle.

**Résultats qualitatifs :**

Confusion entre le tri et la prévention des déchets.

Manque d'informations sur les avantages et la qualité de l'eau du robinet sur notre territoire.

Accentuer la communication sur la valorisation des déchets fermentescibles via l'usine de biométhanisation.

Mener une campagne de sensibilisation expliquant les tenants et aboutissant de l'apposition de l'autocollant Stop Pub et mise en place de points de retrait de l'autocollant.

Communiquer sur les alternatives aux produits jetables.

Promouvoir d'avantage l'utilisation des sacs réutilisables dans les centres commerciaux et les petits commerçants.

Valoriser et informer d'avantage sur les activités du réemploi, de la réparation et de la location.

## MISE EN OEUVRE

**Planning:**

**Juillet / Août 2011**

Recherches documentaires et de retours d'expériences.

Choix du mode opératoire.

Fixation des objectifs.

Choix des thématiques à aborder.

Construction des questionnaires.

Préparation de la base de données des numéros de téléphones en fonction du milieu d'habitat.

Phase de test.

Recrutement de deux opératrices téléphoniques.

**Septembre 2011**

Réalisation de l'étude du 1er au 30 septembre 2011 du lundi au vendredi de 10h à 19h (coupure 12h30 / 14h30).

Un samedi au sein du magasin de Auchan Calais.

Du 1er au 23 septembre, réalisation d'enquêtes par l'association UFC Que Choisir.

**Septembre / octobre 2011**

Analyse, Synthèse et Rédaction du compte rendu.

**Année principale de réalisation:**

2010

**Moyens humains :**

Equipe prévention : 3 personnes

Deux opératrices téléphoniques

Partenaires : Le centre commercial Auchan Calais et UFC Que Choisir (site de Calais)

**Moyens financiers :**

Salaires

Coûts annexes : appels téléphoniques, électricité, papier, encre, déplacements etc

Environ 10 000€

**Moyens techniques :**

Deux téléphones, deux ordinateurs et un bureau.

**Partenaires moblisés :**

ADEME

Auchan

UFC Que Choisir

Les habitants du Pays du Calaisis

## VALORISATION

### Facteurs de réussite :

Réalisation de l’étude à n+2 et à n+4.

### Difficultés rencontrées :

Avoir réalisé l’enquête par nos propres soins (proximités avec les opératrices téléphoniques et les habitants).

Meilleur approche terrain.

Meilleur connaissance du territoire et des attentes des habitants.

### Recommandations éventuelles:

Être attentif aux remarques des habitants et prendre le temps de les écouter.

Faire attention à la plage horaire pour les appels téléphoniques afin d’avoir un panel avec des profils variés.

Type de programme :
Programme Local de Prévention

## DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

Découvrir

Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**
Fiche action réalisée sur le site : www.optigede.ademe.fr
Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.