



*Département Opinion
et Stratégies d'Entreprise*

pour



Baromètre d'opinion « Les girondins et l'eau »

Votre contact Ifop :
Magalie Gérard
magalie.gerard@ifop.com

Janvier 2011

1 - La méthodologie	3
2 - Les résultats de l'étude	5
A - Le rapport à l'eau	6
La provenance perçue de l'eau du robinet	7
Le contrôle du compteur d'eau	8
L'estimation du montant de la facture d'eau annuelle	9
Les usages familiaux consommant le plus d'eau	10
B - Attitudes et comportements en faveur de la réduction de la consommation d'eau	11
Les moyens connus pour permettre de réduire la consommation d'eau	12
Les équipements les plus efficaces pour réduire la consommation d'eau	13
L'origine de la connaissance des équipements permettant de réduire la consommation d'eau	14
L'installation de différents équipements d'économie d'eau chez soi	15
La fréquence de certaines pratiques permettant de réduire la consommation d'eau	16
Les éléments empêchant d'agir pour la réduction de la consommation	17
C - L'information à l'égard des enjeux de l'eau	18
Le souvenir de réception du dépliant d'information sur les économies d'eau	19
Le jugement détaillé de la campagne d'information	20
L'impact des campagnes de communication sur la mobilisation en faveur des économies d'eau	21
La notoriété du site Internet www.jeconomiseleau.org	22
Le jugement détaillé à l'égard du site Internet www.jeconomiseleau.org	23
Le sentiment d'information sur les enjeux de l'eau et la préservation des nappes profondes	24
Les sources d'information privilégiées sur les économies d'eau	25
3 - Eléments de synthèse	26



1 | La méthodologie

Etude réalisée pour : **SMEGREG**

Echantillon : Echantillon de **504** personnes, représentatif de la population de la Gironde âgée de 15 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage) après stratification par agglomération et par zone (habitants de la CUB et autres habitants de la Gironde).

Mode de recueil : Les interviews ont eu lieu par téléphone au domicile des personnes interrogées.

Dates de terrain : Du 7 au 10 décembre 2010

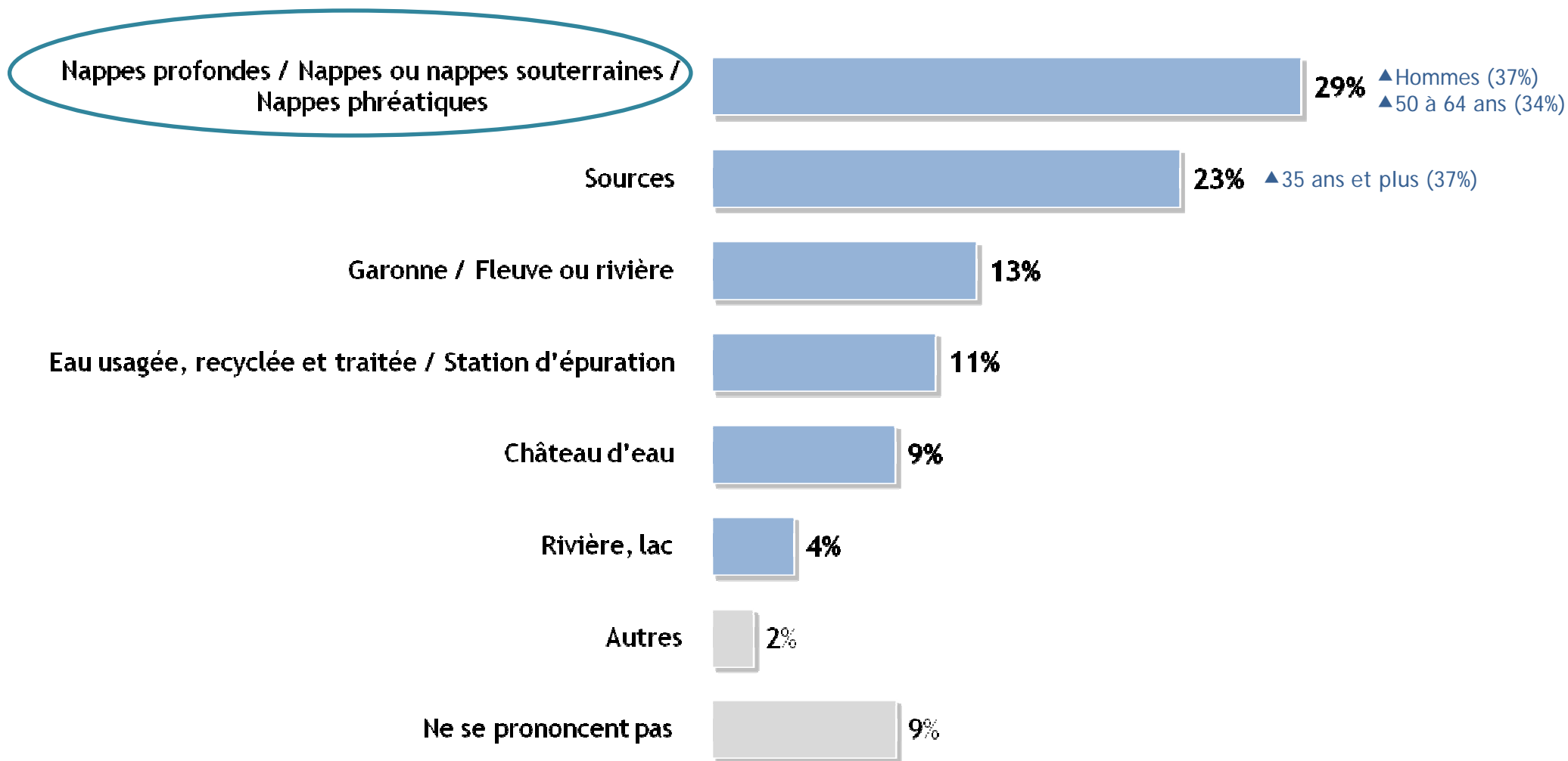


2 | Les résultats de l'étude

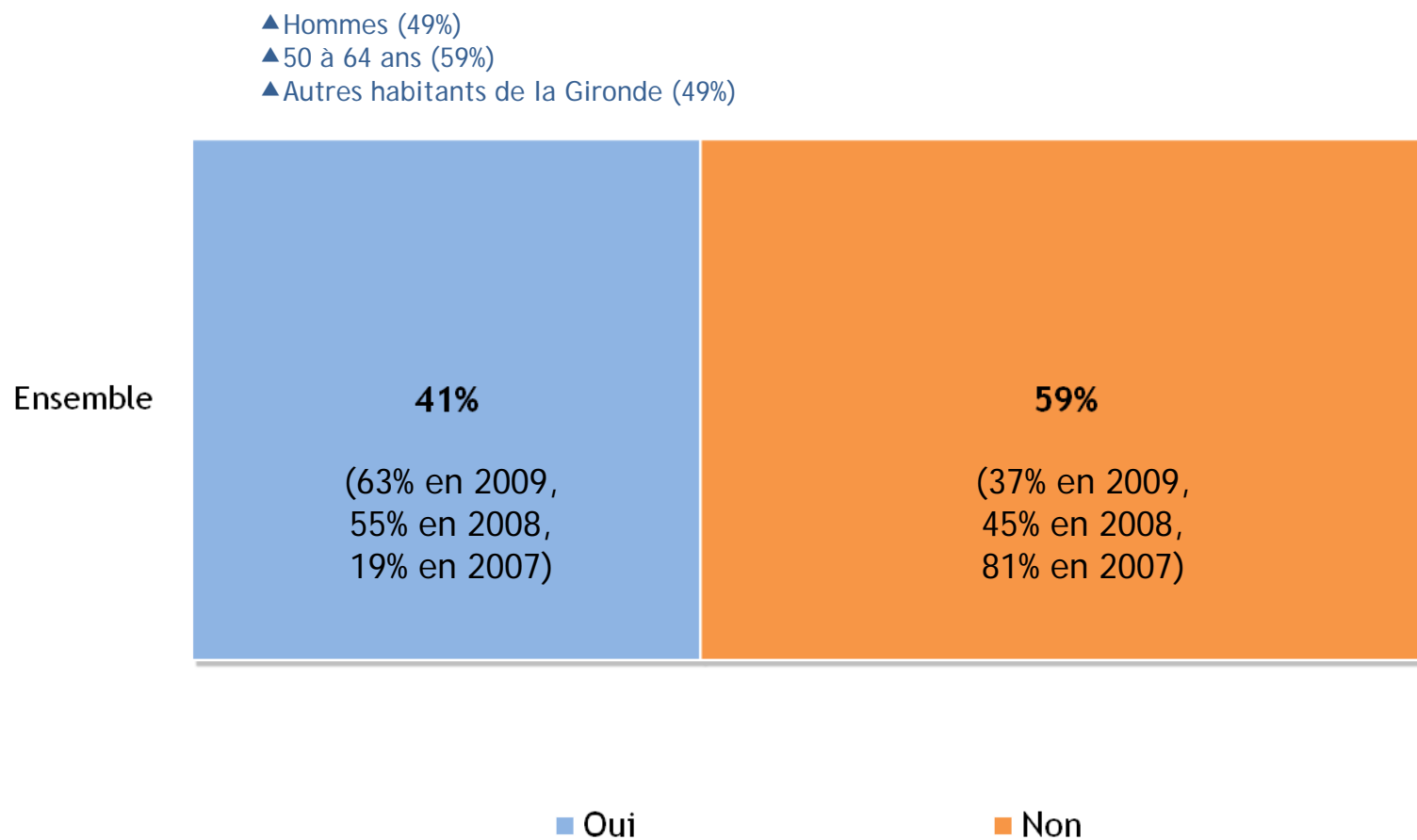


A | Leur rapport à l'eau

*Question : A votre avis, en Gironde, d'où provient l'eau du robinet ?
(Question ouverte - Réponses non suggérées)*



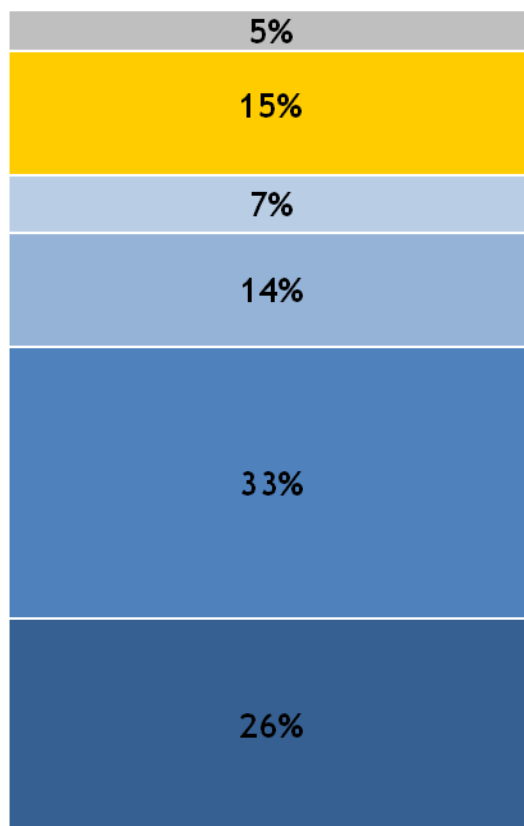
Question : Vous arrive t-il de contrôler votre compteur d'eau ?



Une forte proportion de girondins déclare connaître le montant de sa facture d'eau. Ils sont plus nombreux que les années précédentes à pouvoir situer le montant de leur facture.

Question : Pouvez-vous indiquer le montant de votre facture d'eau annuelle ?

- Moins de 200 euros
- De 200 à moins de 350 euros
- De 350 à 500 euros
- Plus de 500 euros
- Ne reçoit pas de facture
- Ne se prononcent pas

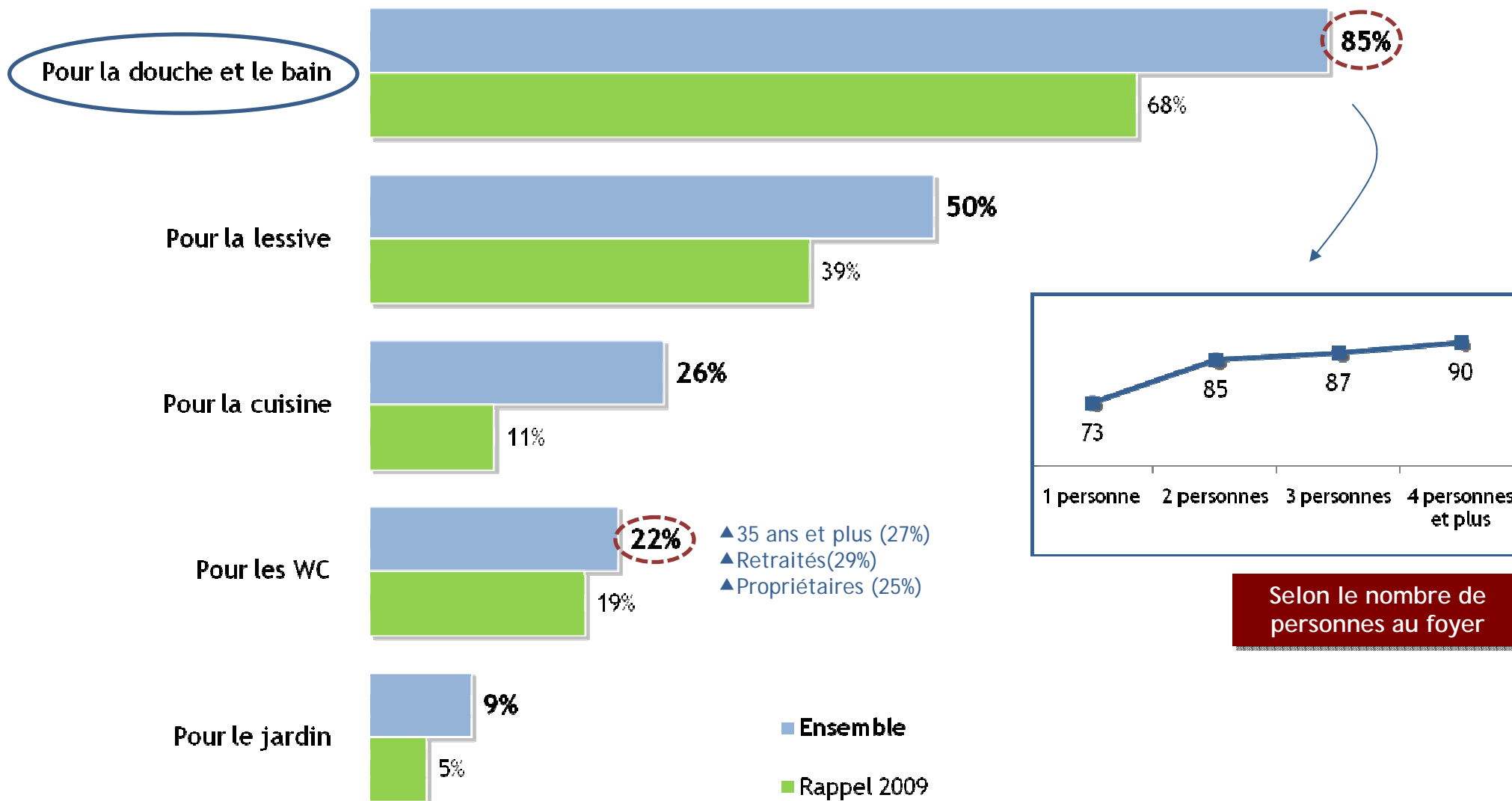


Ensemble

59%
déclarent
payer moins
de 350 euros
par an

La douche et le bain sont considérés à juste titre comme l'usage le plus consommateur d'eau. En revanche, la consommation des sanitaires est sous estimée

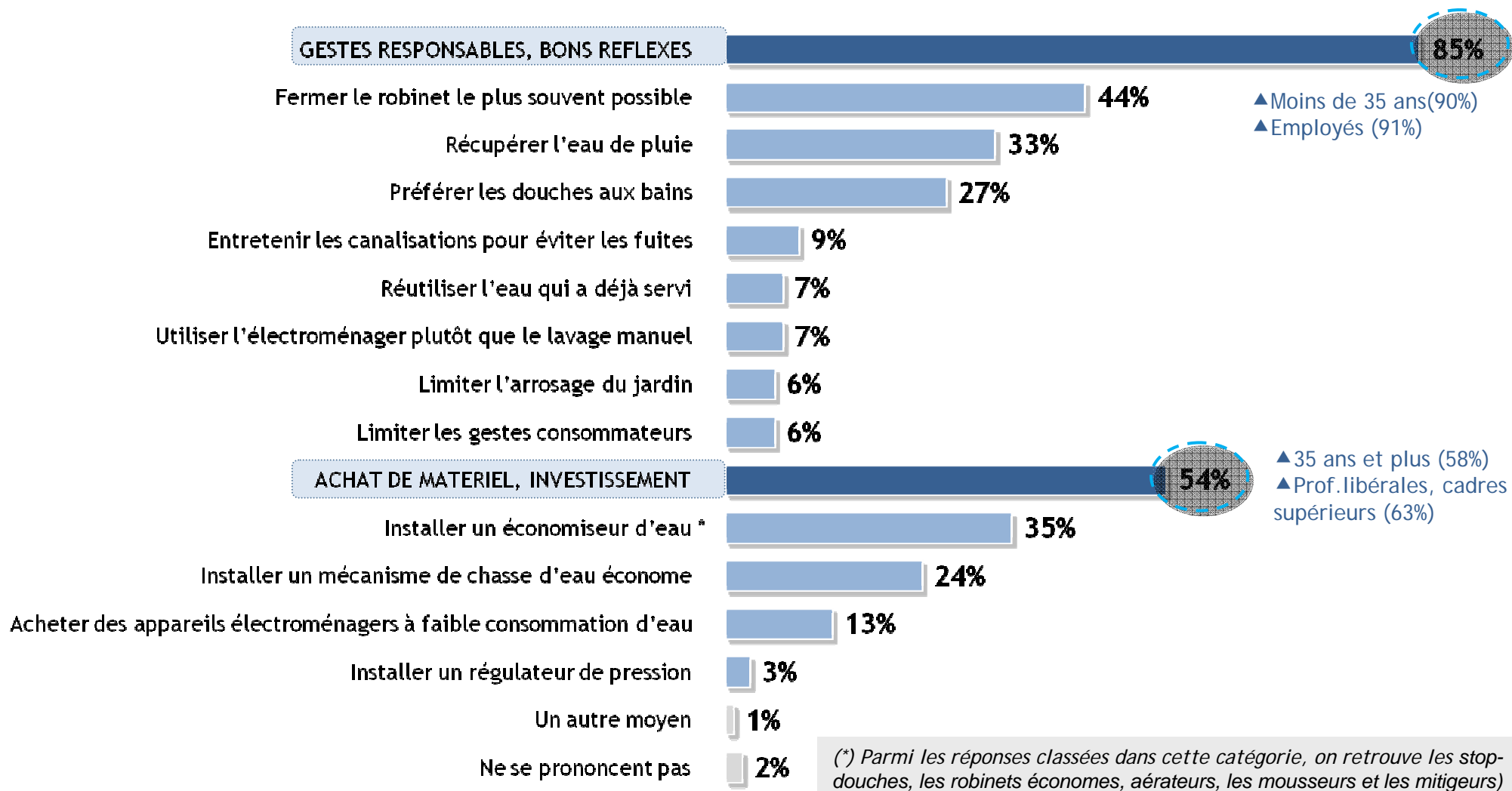
Question : Dans votre logement, pour quel(s) usage(s) votre famille consomme-t-elle le plus d'eau ? (Plusieurs réponses possibles)



Selon le nombre de personnes au foyer

B | Leurs attitudes et comportements pour la réduction de leur consommation d'eau

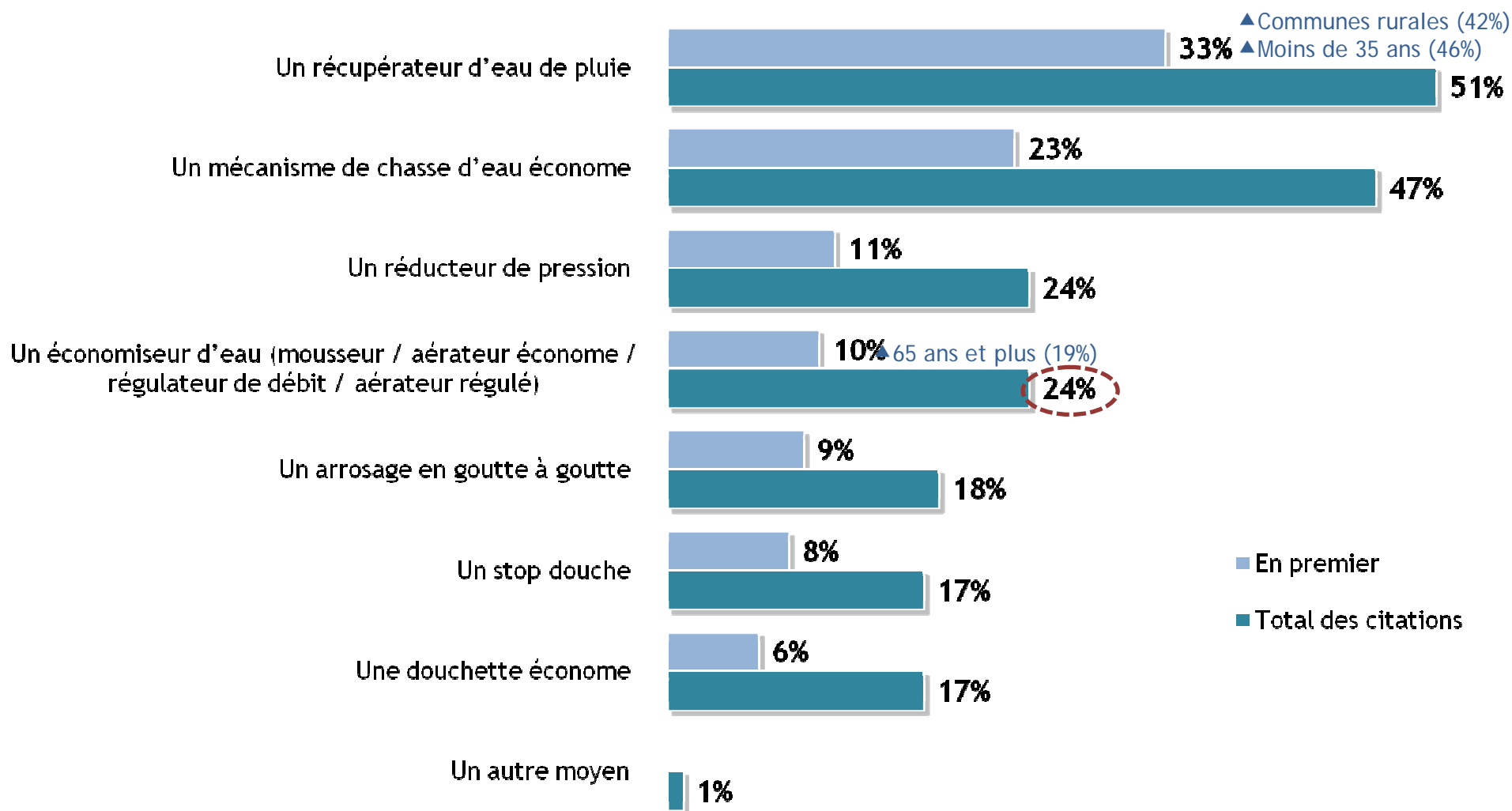
*Question : Quels sont tous les moyens que vous connaissez qui permettent de consommer moins d'eau ?
(Question ouverte - Réponses non suggérées , deux réponses possibles)*



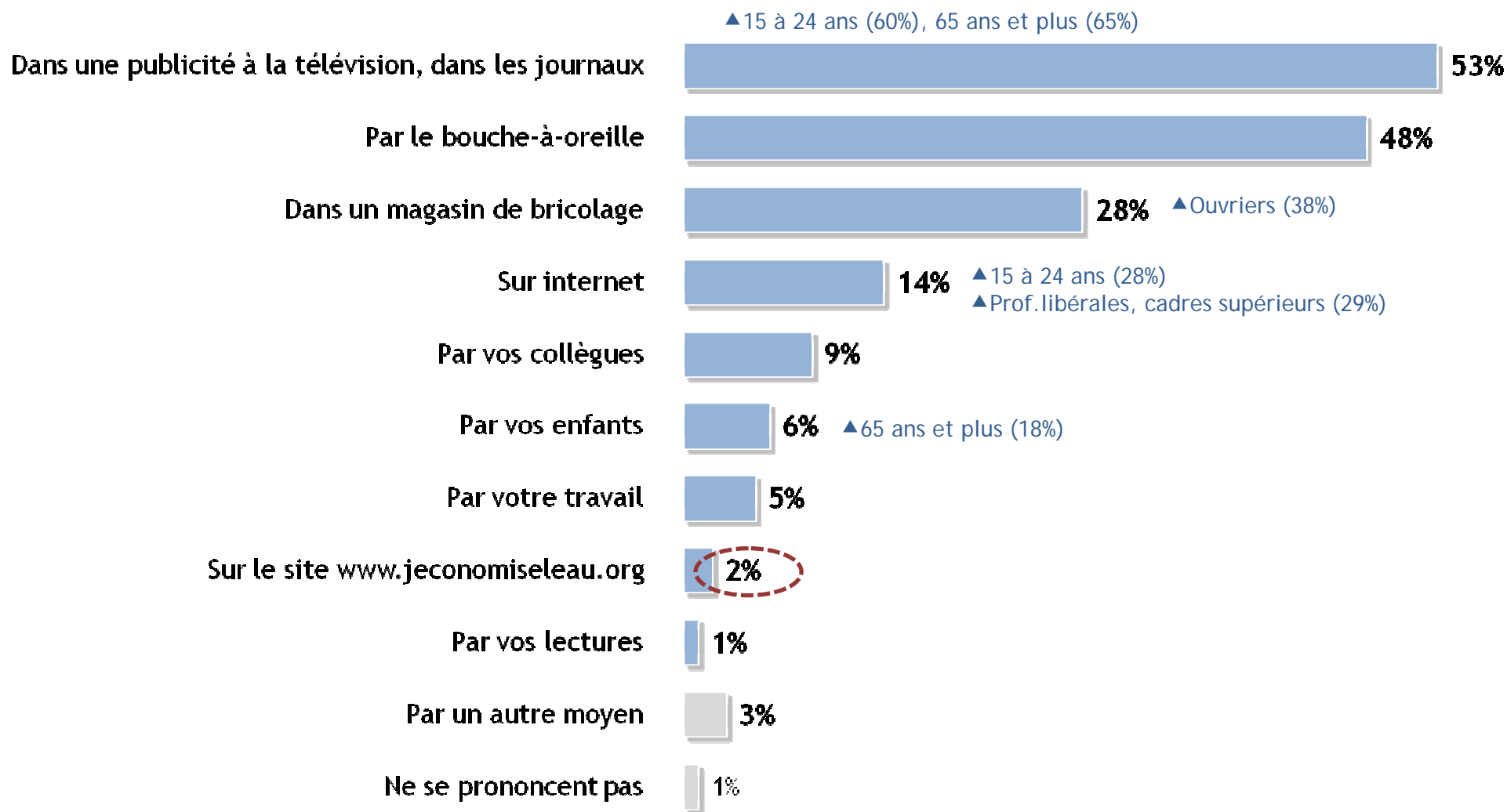
() Parmi les réponses classées dans cette catégorie, on retrouve les stop-douches, les robinets économes, aérateurs, les mousseurs et les mitigeurs*

Les girondins se trompent sur l'efficacité de certains équipements : ils surestiment celle de la récupération d'eau de pluie et tendent à négliger le plus efficace, à savoir la douchette économe.

Question : Parmi les équipements suivants, quels sont ceux, selon vous, qui sont les plus efficaces pour réduire la consommation d'eau ?

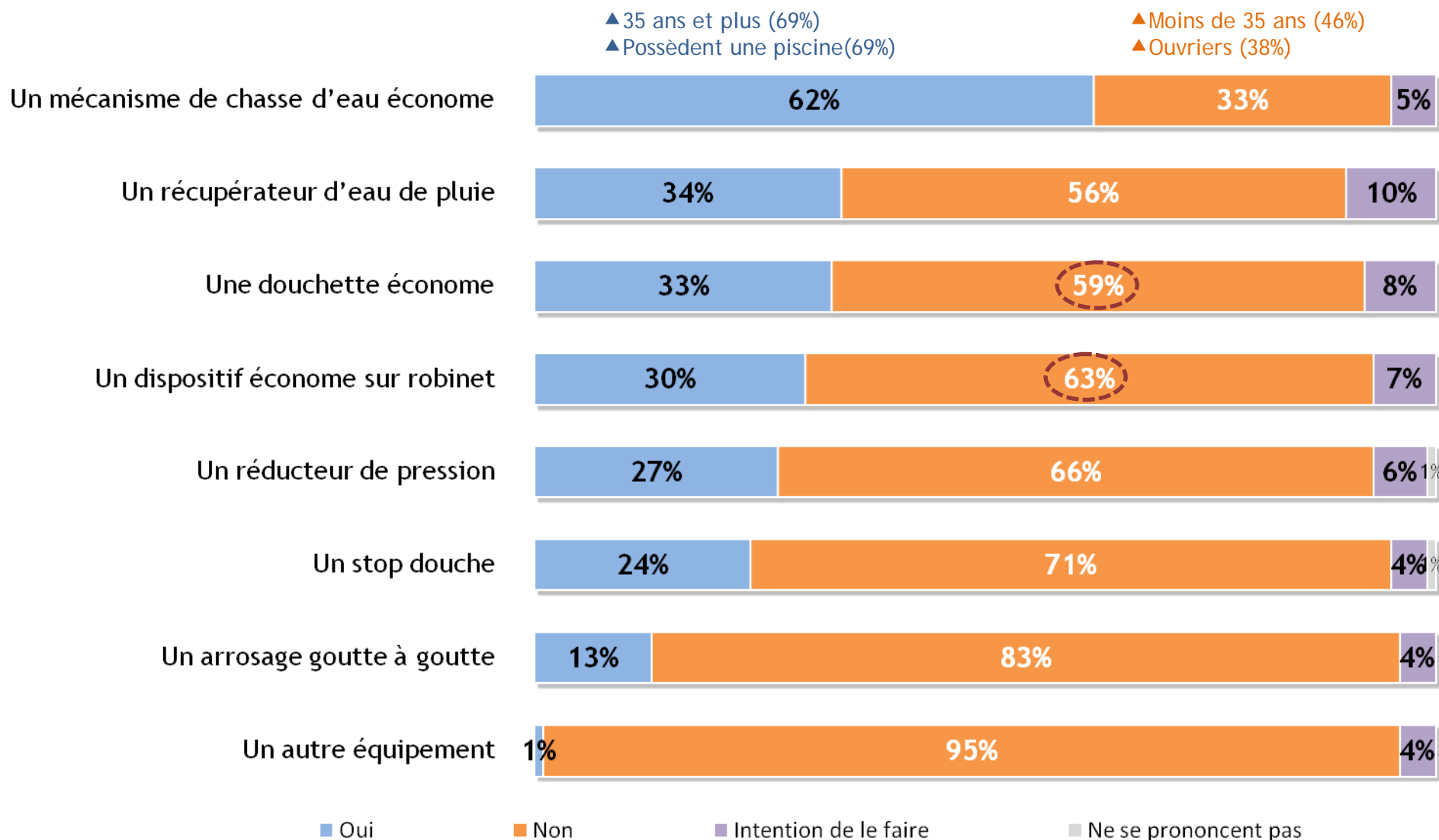


Question : Par quels moyens avez-vous eu connaissance de ces équipements qui permettent de réduire la consommation d'eau ?

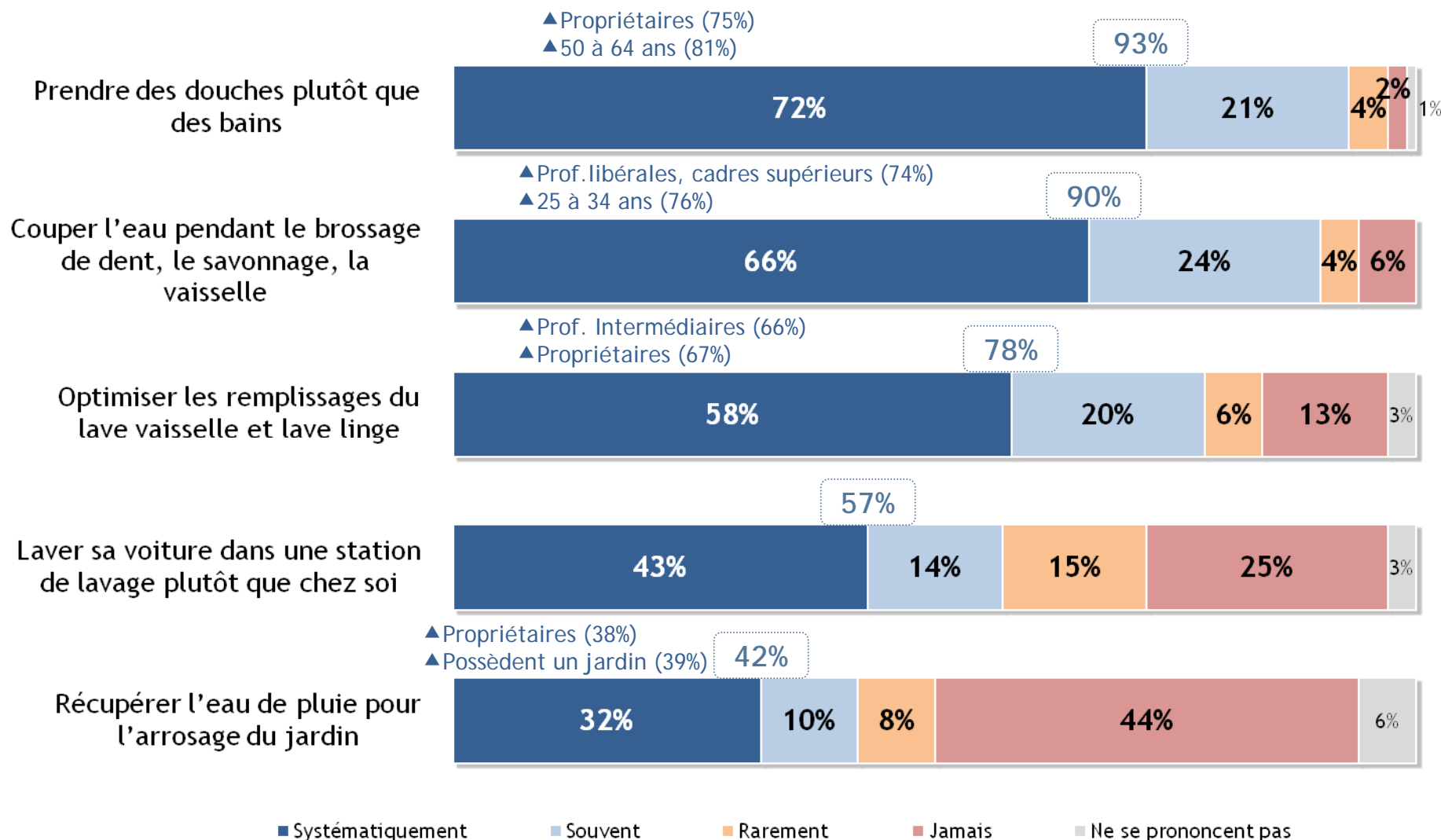


Les chasses d'eau économes équipent plus d'un logement girondin sur deux.
 Les autres matériels économes sont installés dans un logement sur trois.
 Les intentions d'équipement sont malheureusement très faibles.

Question : Pour chacun des équipements suivants, les avez-vous installés chez vous ?



Question : Pour chacun des gestes suivants qui permettent de réduire la consommation d'eau, vous me direz si vous les faites systématiquement, souvent, rarement ou jamais ?

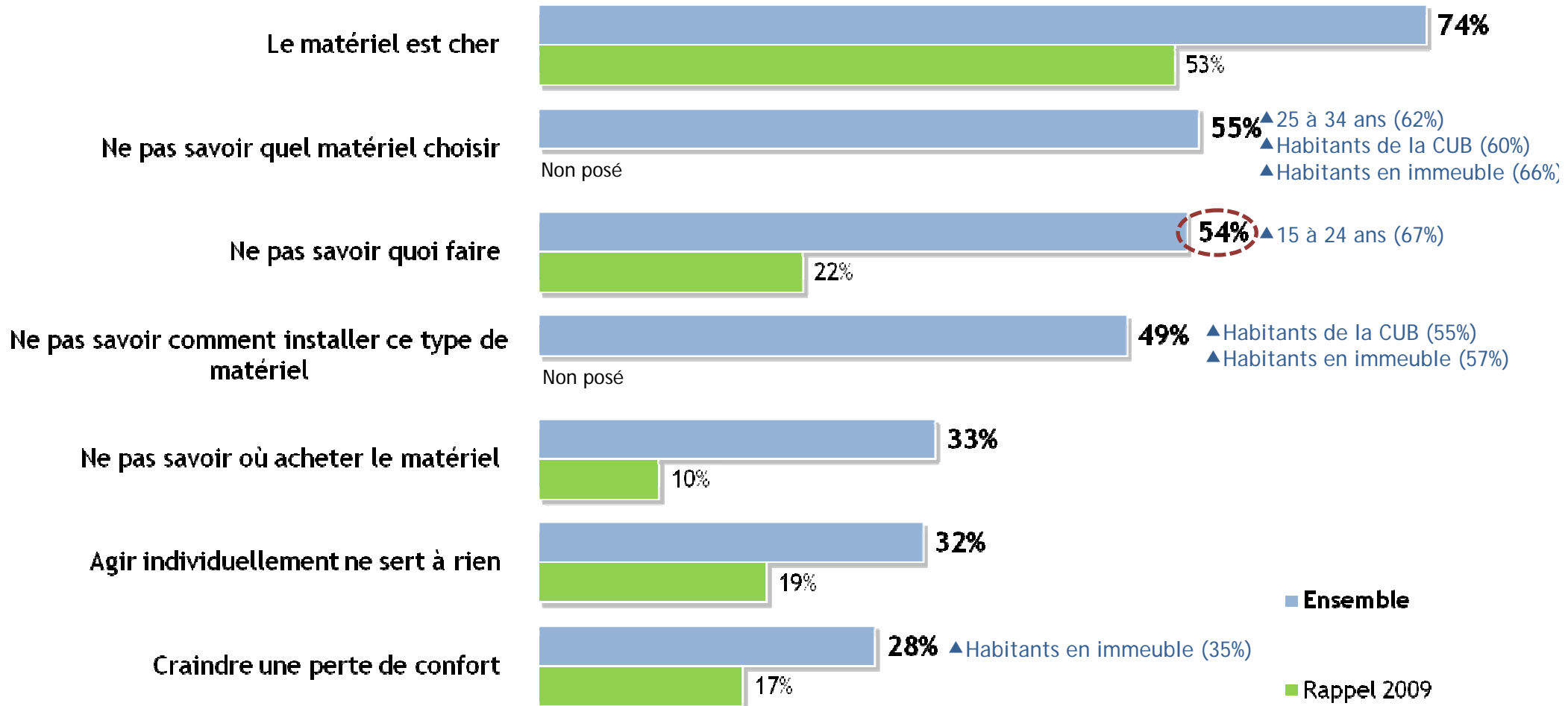


Question : Selon vous, les éléments suivants empêchent-ils d'agir pour réduire la consommation d'eau ?

- Récapitulatif : Oui -

▲ Employés (82%)

▲ Moins de 35 ans (80%)

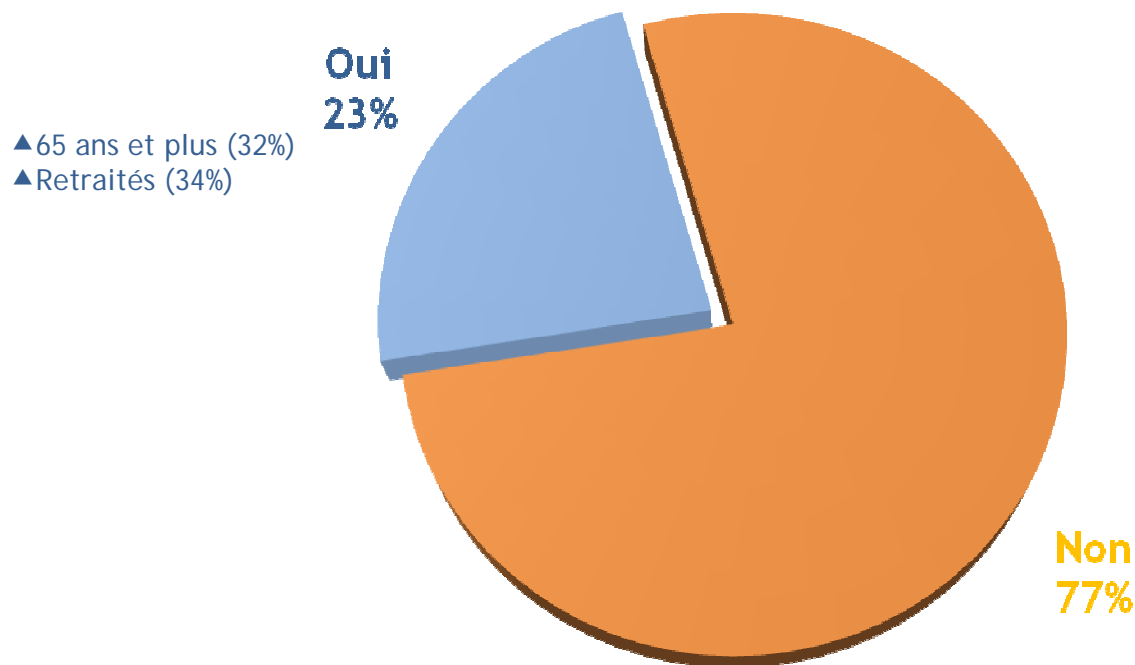




C | Leur degré d'information

Près d'un quart des girondins se souvient avoir reçu le dépliant d'information sur les économies d'eau, soit quasiment tous les destinataires. Ce mode d'information ne touche pas suffisamment les jeunes

Question : Vous souvenez-vous avoir reçu ou eu en main un dépliant d'information bleu et blanc en 3 volets sur les économies d'eau dans l'habitat ?



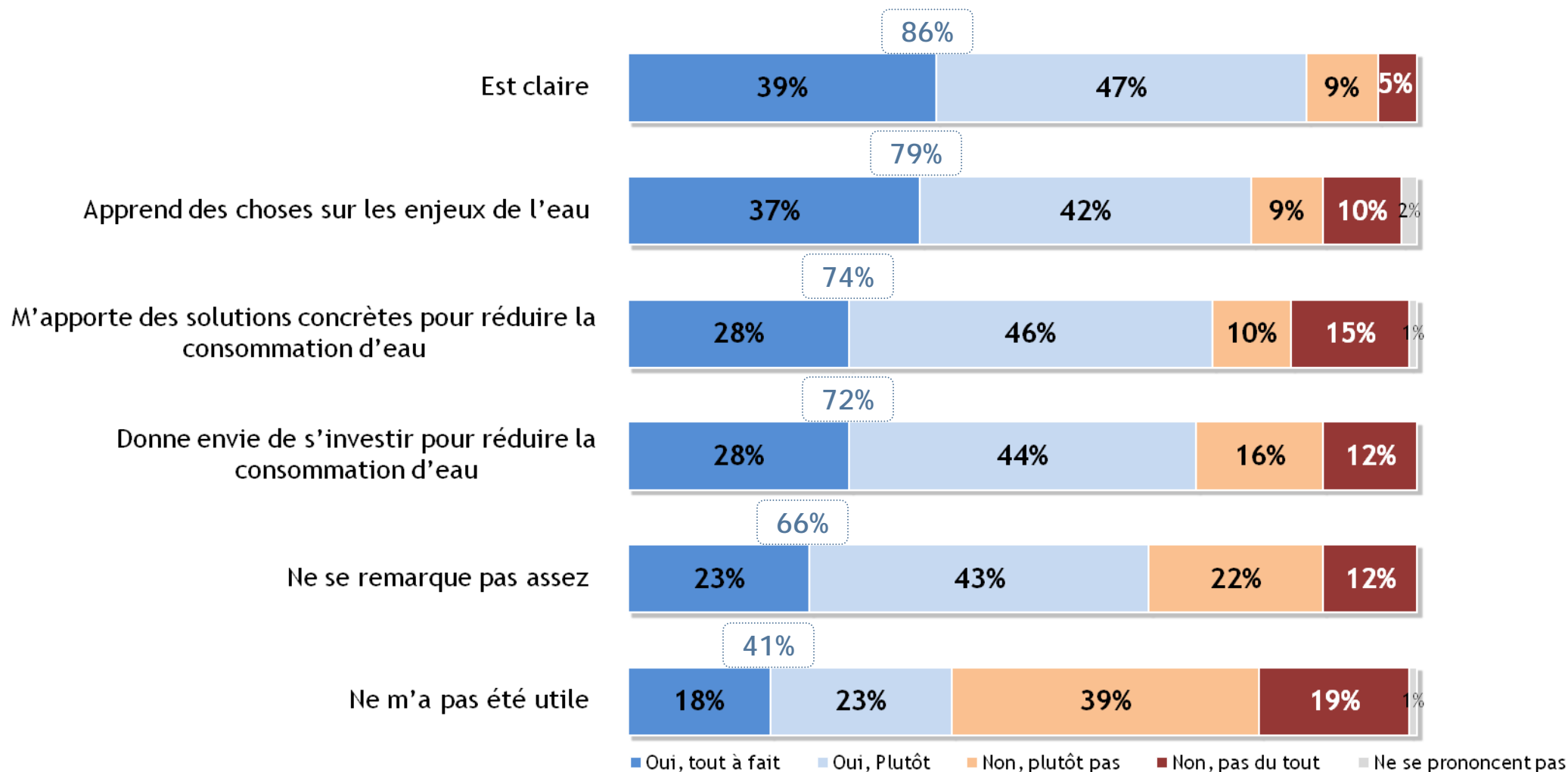
150 000 dépliant
d'information
distribués en 2010



- ▲ Moins de 35 ans (87%)
- ▲ Employés (84%)

Question : Voici des opinions qui peuvent se rapporter au dépliant dont on vient de parler. Diriez-vous de cette campagne d'information qu'elle ... ?

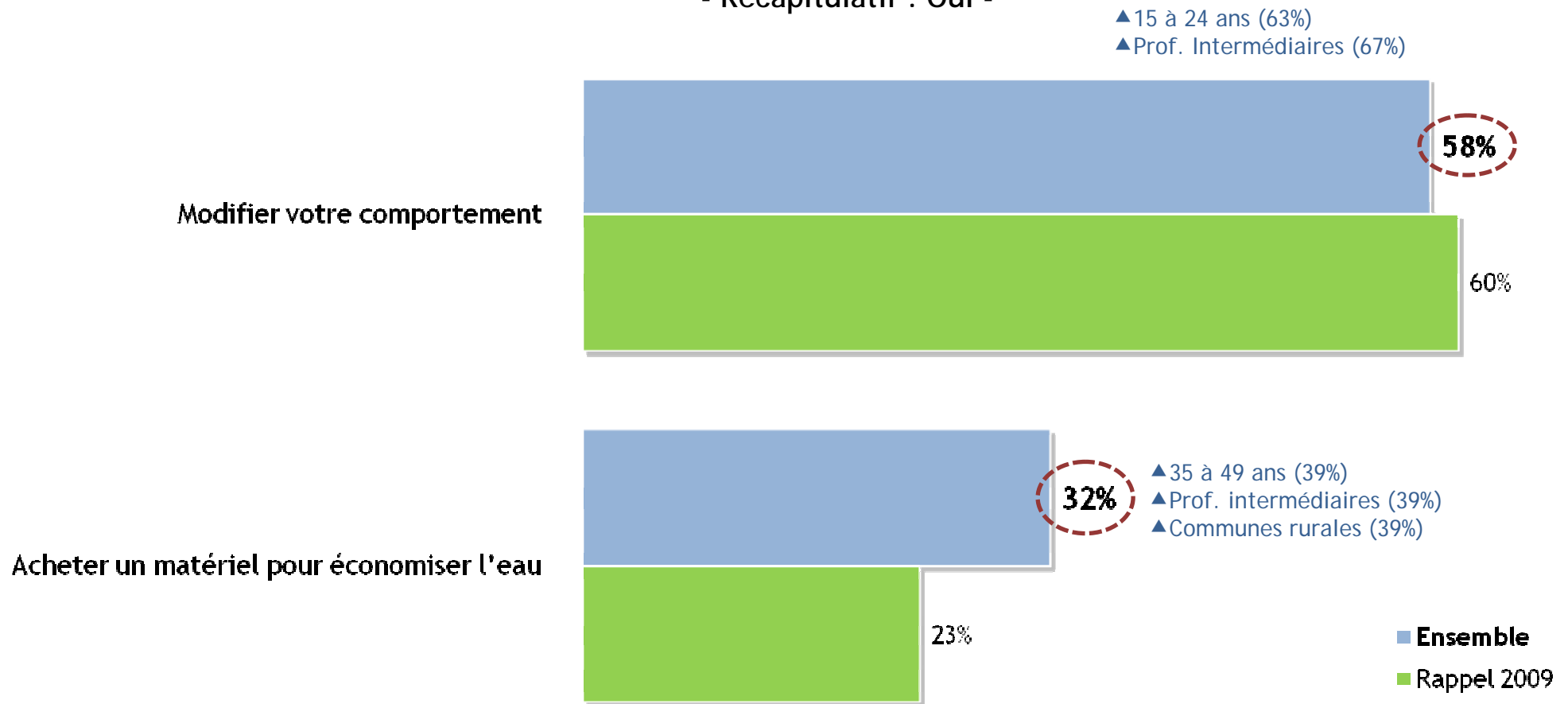
Base : question posée uniquement aux personnes se souvenant avoir reçu ou eu en main le dépliant d'information, soit 23% de l'échantillon



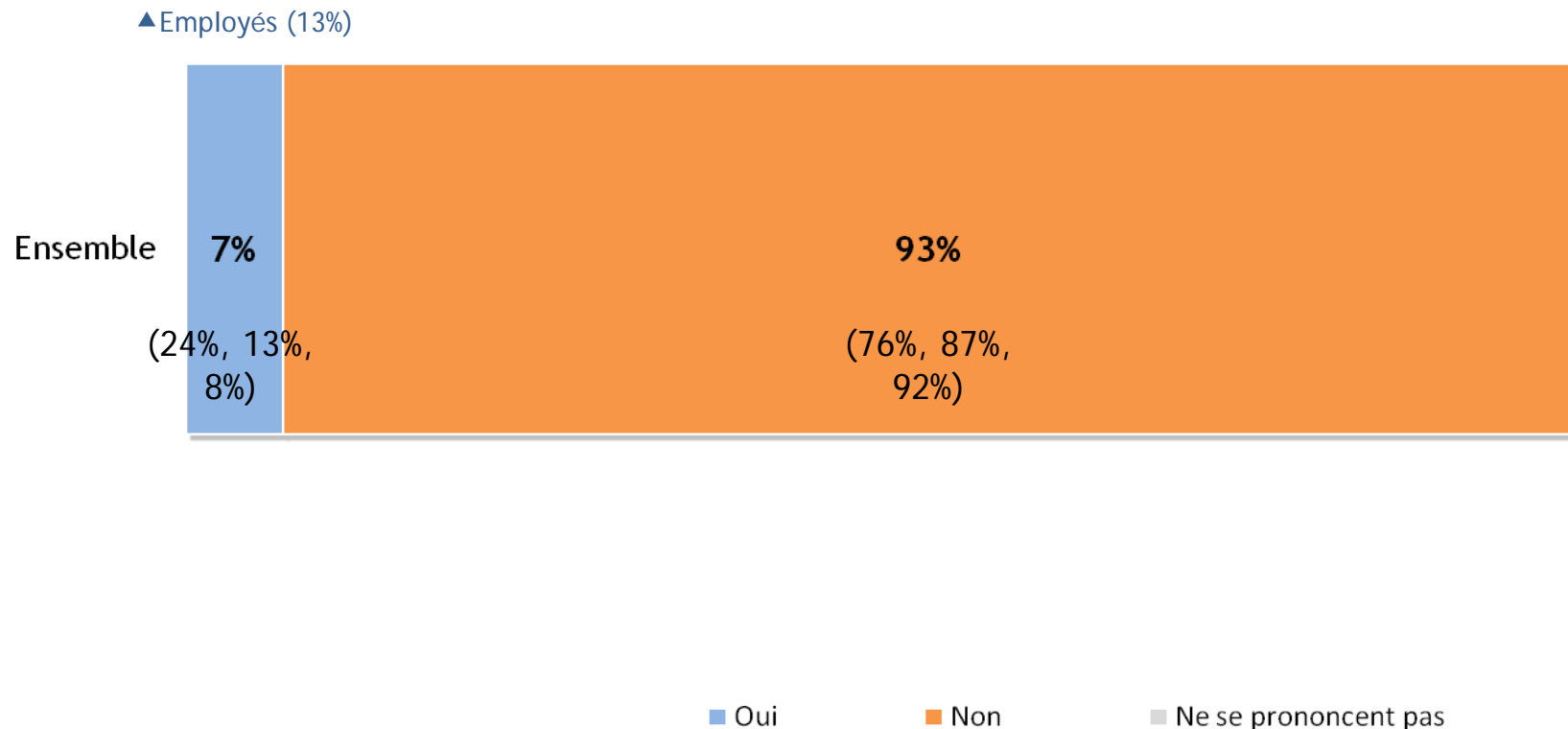
Les campagnes de communication incitent plus les girondins à modifier leurs comportements qu'à investir, même s'ils se déclarent plus nombreux à le faire que par le passé

Question : Plusieurs campagnes d'information sur la nécessité d'économiser l'eau sont menées régulièrement par les ministères, les agences de l'eau, les médias et d'autres institutions. D'une manière générale, ces campagnes vous ont-elles incité à ... ?

- Récapitulatif : Oui -



Question : Connaissez-vous le site Internet www.jeconomiseleau.org ?

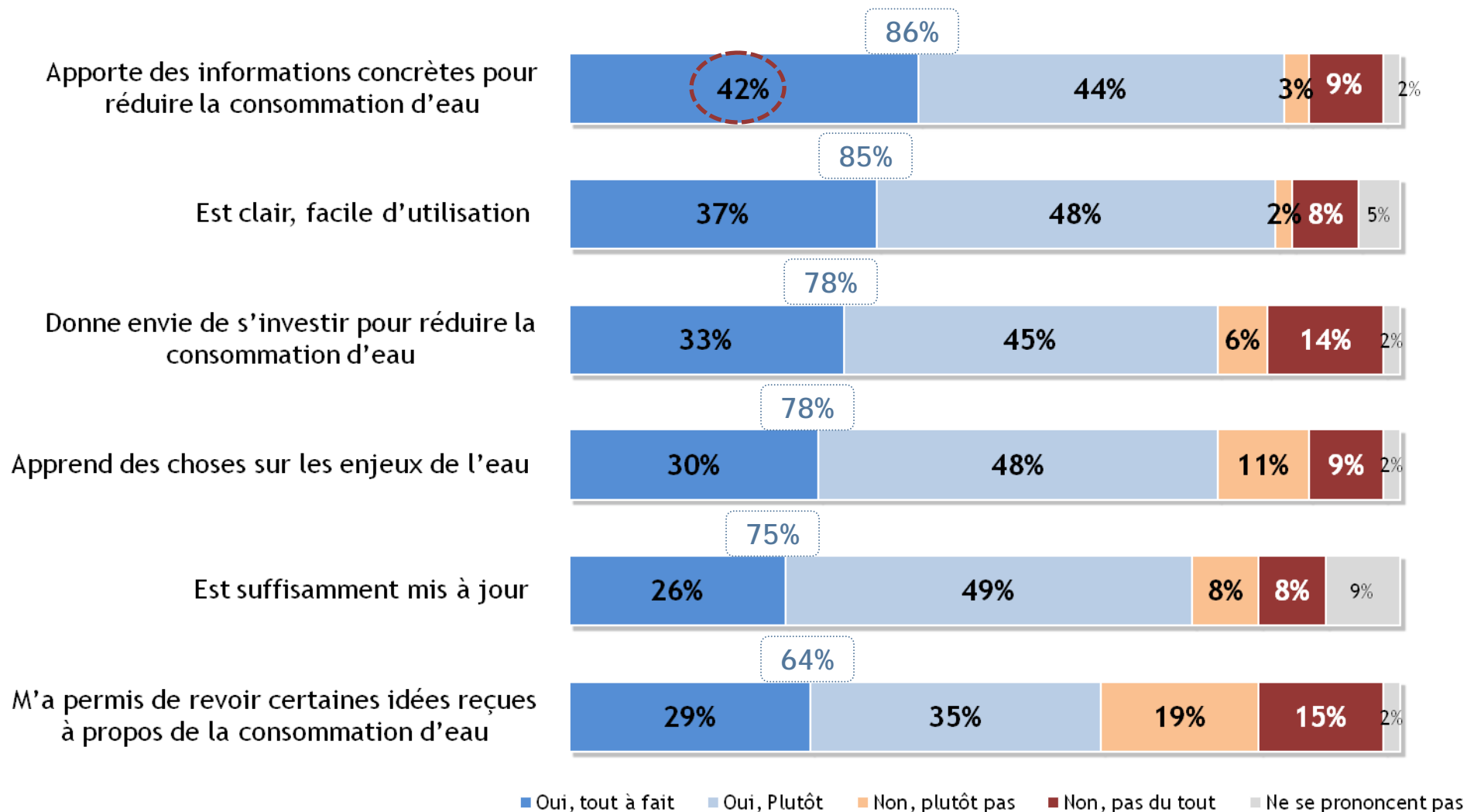


(%) > Rappels 2009, 2008, 2007

En dépit de ce faible niveau de notoriété, le jugement détaillé à l'égard du site Internet www.jeconomiseleau.org est positif et encourage à poursuivre le développement de cet outil

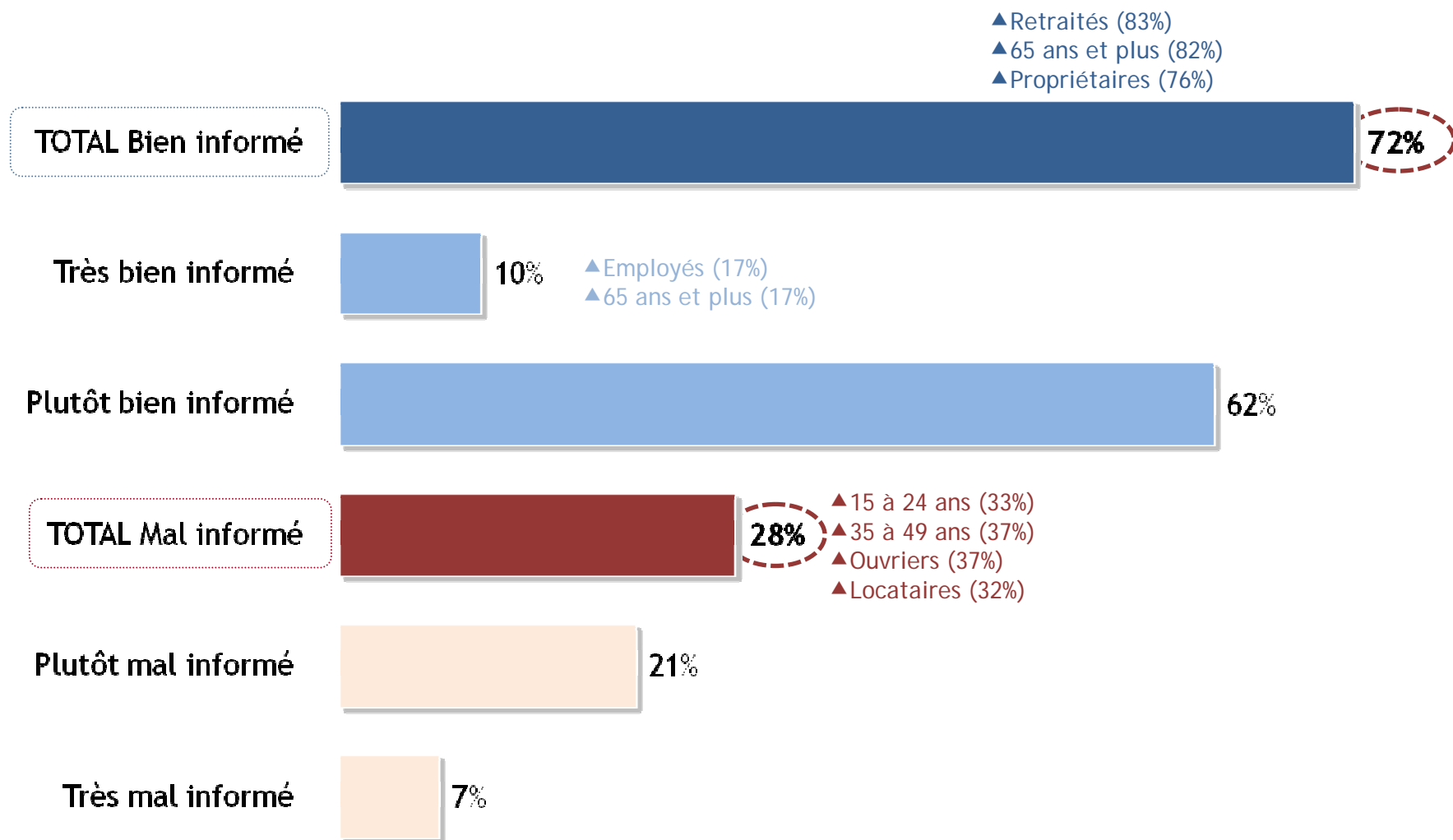
Question : Diriez-vous du site Internet www.jeconomiseleau.org qu'il ... ?

Base : question posée uniquement aux personnes connaissant le site Internet www.jeconomiseleau.org, soit 7% de l'échantillon.

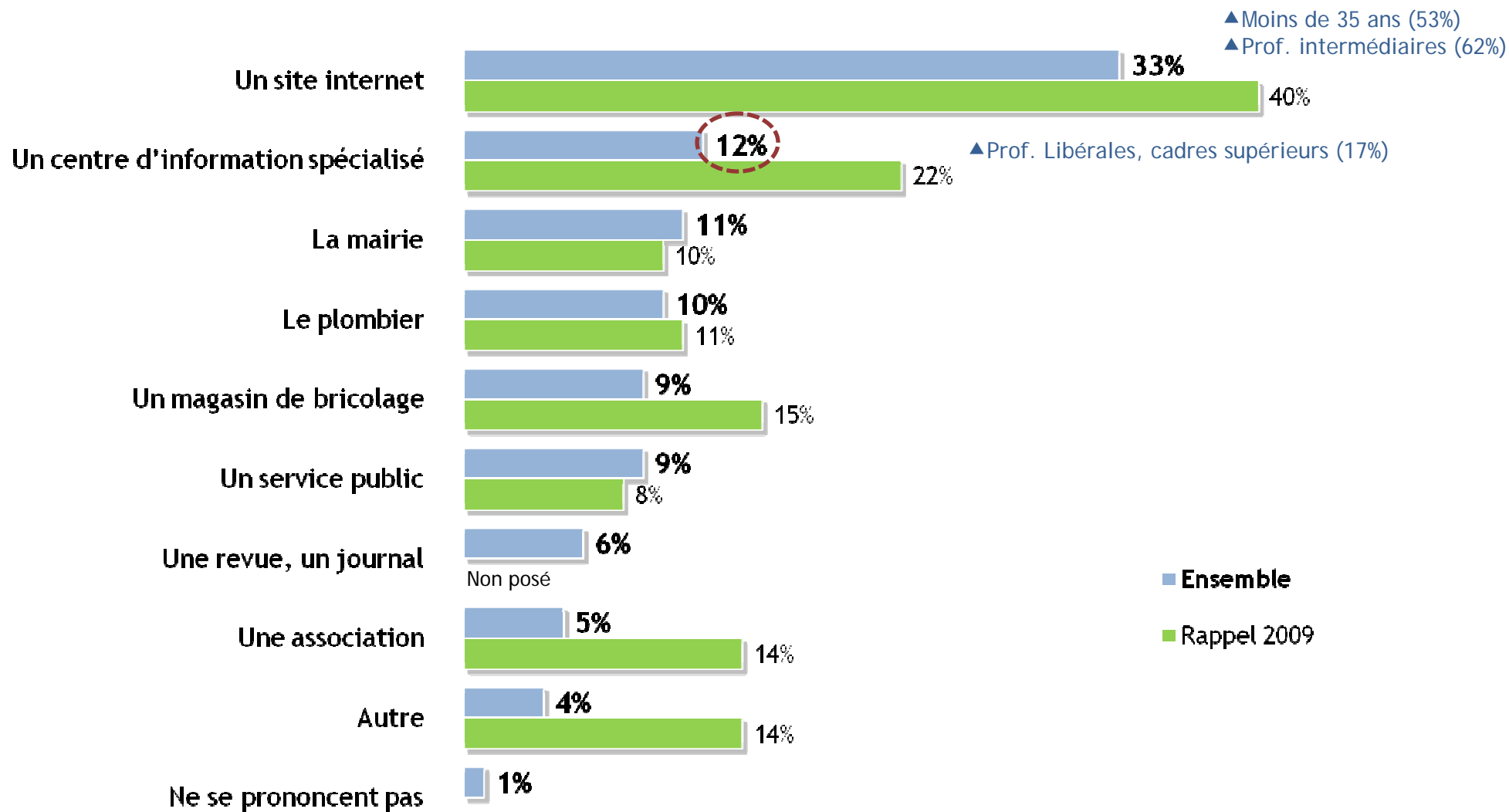


Près des trois quarts des girondins déclarent être bien informés sur les enjeux de l'eau et la préservation des nappes profondes

Question : Avez-vous le sentiment d'être très bien informé, plutôt bien informé, plutôt mal informé ou très mal informé sur les enjeux de l'eau et la préservation des nappes profondes ?



Question : Pour en savoir plus sur les économies d'eau, auprès de qui iriez-vous chercher des informations en priorité ?





3 | Éléments de synthèse

- Une sensibilité à l'égard de la ressource en eau répandue au sein de la population girondine qui se traduit par l'adoption d'attitudes et de comportements responsables en matière de consommation d'eau. Ce constat encourageant masque néanmoins un degré d'information et d'implication hétérogène en fonction des catégories d'habitants.

La provenance souterraine de l'eau apparaît mieux identifiée que par le passé par les girondins en dépit de confusions qui demeurent toutefois présentes. Très médiatisés au cours des dernières années, sous l'impulsion notamment de politiques locales très dynamiques, les enjeux liés à l'environnement et à la ressource en eau plus précisément bénéficient aujourd'hui d'une attention soutenue de la part des citoyens. Néanmoins, au-delà de cette conscience très partagée d'unir les efforts pour éviter les gaspillages, la connaissance et l'appréhension des gestes et solutions efficaces pour y parvenir révèlent certaines lacunes, notamment auprès des plus jeunes, des catégories modestes et des locataires principalement.

A l'inverse, le niveau de mobilisation et d'information croît avec l'âge. Les indicateurs de connaissance s'établissent ainsi à des niveaux systématiquement plus élevés auprès des personnes seniors, et plus encore à la retraite. Le statut d'occupation du logement constitue également un critère très clivant sur ces questions, les propriétaires portant d'une manière générale une attention plus soutenue aux enjeux d'économies d'eau et se montrant plus avertis également en ce qui concerne les matériaux disponibles pour y répondre efficacement.

Dans les foyers les plus nombreux, le souci d'économie de l'eau se révèle également plus présent qu'au sein des foyers de petite taille.

Si ces nuances se retrouvent de manière assez classique sur les autres problématiques environnementales (la gestion des déchets notamment), l'ensemble des clivages relevés ici doivent aussi s'appréhender par le prisme de la logique financière, exacerbée dans un contexte économique et social tendu, et qui intervient sans doute tout autant voire plus dans certains cas que la conscience citoyenne pour motiver / freiner les comportements dans ce domaine.

- Une connaissance des gestes et matériels permettant d'économiser l'eau répandue mais qui se révèle superficielle et à ce jour encore peu suivie d'actes concrets en dehors des réflexes de « bon sens ».

Si la plupart des girondins sont en mesure de citer des gestes et matériels permettant de consommer moins d'eau, on relève des confusions qui témoignent d'une visibilité de certains produits encore fragile et relative (cas de la récupération de l'eau de pluie notamment davantage appréhendée comme un geste que comme un dispositif matériel). De la même manière, les vertus prêtées par les girondins interrogés à différents dispositifs sont parfois inexactes (surestimation de l'efficacité des récupérateurs d'eau de pluie et minimisation de celle des douchettes économes), venant conforter ce déficit d'appréhension « plus technique » de l'enjeu constaté par ailleurs auprès de certains habitants.

Les gestes économes les plus simples et les plus courants sont mis en œuvre par une large majorité d'habitants : privilégier la douche plutôt que le bain, couper l'eau pendant le brossage de dent, le savonnage, la vaisselle notamment. Au-delà de ces comportements, l'investissement dans des équipements permettant de pousser plus avant cette logique d'économie de la ressource reste peu répandu (à peine plus d'un tiers des girondins s'étant équipé en dehors du mécanisme de chasse d'eau économe). Les intentions d'investissement se révèlent par ailleurs peu élevées. Dans un contexte où la préoccupation à l'égard du pouvoir d'achat demeure très forte, et où les postes de dépense s'organisent plus que jamais autour des nécessités du quotidien, il n'est pas surprenant que ce type d'investissements soit relégué au second plan, voire exclu par une proportion importante d'habitants (ceci venant s'ajouter aux freins traditionnels propres à certains segments de population plus distants sur le sujet : locataires, jeunes...).



L'importance de l'information et de la pédagogie au cœur de cet enjeu : la nécessité de proposer une information diversifiée face à une appréhension et une implication hétérogène des habitants sur cette problématique.

Forts des bons résultats enregistrés dans le cadre des précédentes campagnes de communication, les efforts menés en termes d'information et de pédagogie se doivent d'être poursuivis. Le bilan positif associé à la distribution de 150 000 dépliants d'information en 2010 encourage en effet à poursuivre dans cette voie. Un jugement positif est porté sur cette campagne d'information : clarté, pédagogie, et solutions concrètes sont ainsi remarquées et valorisées par les personnes ayant reçu le dépliant.

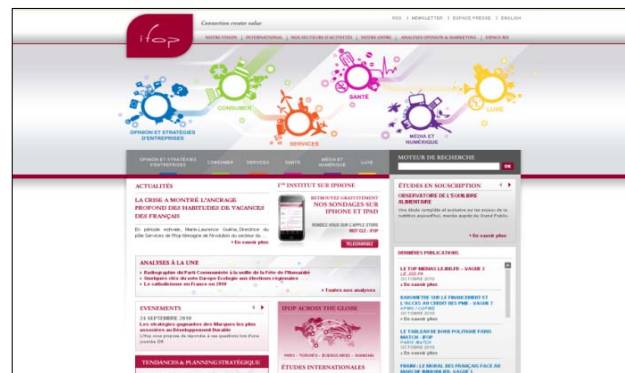
D'une manière générale, les campagnes de communication menées sur le sujet se révèlent efficaces auprès du public : près de six Girondins sur dix déclarent avoir modifié leurs comportements, et un tiers avoir investi dans du matériel pour économiser l'eau en répercussion aux informations reçues.

La multiplication des canaux d'information et la mise à profit du site Internet notamment permettraient sans doute de valoriser, au-delà des comportements vertueux, les matériels disponibles et in fine d'optimiser les intentions d'investissement. Si le site Internet demeure à l'heure actuelle peu connu des habitants, il bénéficie néanmoins d'une appréciation très positive des internautes le visitant. Ce vecteur mérite d'autant plus d'être exploité, qu'Internet au sens large figure comme le moyen d'information prioritaire le plus cité par les girondins (et plus encore par les plus jeunes) pour s'informer sur ce sujet.

- Dans ce contexte, plusieurs axes d'optimisation sont à souligner :
- Les publicités diverses (télévision, radio, journaux) et le bouche-à-oreille sont perçus comme les meilleurs vecteurs d'information sur les enjeux de l'eau en Gironde. **Ces moyens de diffusion traditionnels constituent des opportunités de communication.**
 - Toutefois, la faible notoriété du site institutionnel www.jeconomiseleau.org (7% des Girondins interrogés déclarent le connaître) confirme la **difficulté d'être visible sur ce sujet**, en dehors des médias classiques. La notoriété et l'influence de ce vecteur doit être accrue, afin de répondre plus largement à la demande des habitants, dont **la plupart estiment vouloir se tourner vers Internet pour mieux s'informer**. De plus, certains segments de la population adeptes d'Internet, et notamment les jeunes, apparaissent souvent en retrait sur les problématiques et les pratiques liées à l'eau.
 - **Le coût et le manque d'information sont évoqués comme les principaux freins à l'action et à l'investissement**, notamment chez les jeunes et chez les Girondins habitant en immeuble. Ces données confirment la nécessité d'étendre la communication sur les enjeux liés à l'eau, et de proposer des solutions à certains publics particuliers apparaissant comme plus « démunis » que la moyenne sur le sujet.
 - Le jugement détaillé sur la plaquette et les campagnes d'information est satisfaisant, mais souligne cependant **le besoin d'accroître la visibilité de ce dispositif, et d'étendre les conseils et les publics destinataires, et notamment d'accroître l'information sur les équipements et les achats responsables, dont on note dans cette étude le développement parfois hésitant.**

...visitez notre site web :

www.ifop.com



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d'actualité



Facebook



Twitter



iPhone