

Evaluation des campagnes de sensibilisation à la propreté publique menées par Be WaPP et perception de la malpropreté par les citoyens

Etude Dedicated – Janvier 2021

1. Introduction

En 2019 et 2020, Be WaPP a mené différentes campagnes destinées à sensibiliser la population wallonne à adopter des comportements plus respectueux en matière de propreté publique.

Be WaPP a souhaité effectuer un « bilan » de ces campagnes¹ auprès de la population wallonne, en mesurant la mémorisation de celles-ci et de leur contribution au développement d'opinions et de comportements positifs en matière de propreté publique.

Les principaux objectifs de la mesure d'impact ont été les suivants :

- évaluer la mémorisation spontanée de la campagne ;
- évaluer la mémorisation assistée de la campagne sur présentation des différentes déclinaisons ;
- mesurer les évaluations/les appréciations de la campagne ;
- identifier les évolutions d'opinions et de comportements induits par la campagne ;
- comprendre les opinions et comportements en matière de propreté publique ;
- évaluer la « notoriété » de Be WaPP ;
- mesurer l'impact de chaque déclinaison ;
- mesurer l'évolution d'un indice de propreté publique en Wallonie.

2. Méthodologie

Pour évaluer les objectifs repris ci-dessus, Be WaPP a fait appel au bureau indépendant Dedicated qui a réalisé une enquête par internet entre le 4 et le 15 janvier 2021. Tous les répondants ont été recrutés aléatoirement dans le @panel de Dedicated (Ded@panel). Au total, 2.009 Wallons âgés de plus de 18 ans ont été interrogés.

La durée moyenne des enquêtes a été de 15 minutes et le nom du commanditaire de l'étude n'a pas été mentionné lors du recrutement et en début d'enquête de manière à ne pas influencer les réponses notamment par rapport aux questions de notoriété.

Les enquêtes ont été réalisées dans le strict respect des standards de qualité EMRQS (Efamro Market Research Quality Standards), ainsi que du code de conduite ESOMAR.

¹ Chacune de ces campagnes ciblait un thème central spécifique et était déclinée dans différents médias : la campagne « Grand nettoyage d'automne », la campagne « Stop aux déchets volants », la campagne « Rien ne justifie d'abandonner ses déchets », la campagne « Faisons scintiller nos rues », la campagne « Contre les déchets liés au Coronavirus », la parution du second « Mag A! ».

3. Résultats

72,4 % des personnes interrogées se souviennent d'au moins une campagne (ce qui représente une très forte progression par rapport aux 2 années précédentes). On parle dans ce cas de mémorisation assistée car les personnes se voient présenter différents extraits des campagnes. Par contre, une diminution généralisée de la notoriété de Be WaPP est constatée lorsqu'on demande aux répondants s'ils se souviennent d'une campagne en lien avec la propreté publique (48% au lieu de 53% en 2019 et 49% en 2018). Il s'agit dans ce cas de la mémorisation spontanée. Cette diminution est en partie expliquée par le fait que le citoyen pense que la Wallonie est à l'origine des campagnes. En effet, en 2019, 28% des personnes interrogées attribuait les campagnes à la Wallonie. En 2020, ils sont 39%.

La plupart des campagnes ont été évaluées très positivement par les répondants qui les ont vues, lues ou entendues. Ceux-ci ont fortement approuvé leur bien-fondé puisqu'ils sont 89% à les avoir trouvées « utiles et nécessaires ». 88% les trouvent « claires et compréhensibles » et 85% jugent ces campagnes « crédibles ». Pour 82% des personnes interrogées, ces campagnes suscitent l'intérêt par rapport à la propreté publique.

Les impacts sur les comportements restent nombreux, même si en léger recul par rapport à l'année passée, et sont les suivants :

- 25 % des répondants font attention à ne plus laisser de déchets dans l'espace public, contre 27 % l'an passé ;
- 24 % des répondants sont plus attentifs à la propreté de leur environnement, contre 26 % l'an passé ;
- 22 % font passer le message auprès de leurs proches, contre 23 % l'an passé ;

Les différentes campagnes ont toujours une influence sur les comportements en matière de propreté publique des Wallons interrogés. Cependant, il est important de mettre en évidence un essoufflement de cette tendance. S'il est vrai qu'en 2019, 7 personnes sur 10 affirmaient que ces campagnes influençaient leurs comportements, en 2020, une proportion grandissante de personnes interrogées affirme en revanche que la sensibilisation n'a plus ou n'a pas eu de réels impacts sur leurs comportements en matière de propreté publique. Cette tendance peut être expliquée par le fait que les Wallons pensent déjà faire ce qu'il faut (« en faire suffisamment ») pour la propreté publique. Il semblerait par ailleurs que les campagnes au caractère « passif » (c'est-à-dire les campagnes davantage centrées sur la sensibilisation) doivent être plus actives et heurter plus fortement la sensibilité des Wallons, à l'image de la campagne de 2019, « les mauvais gestes ne seront jamais tendance », qui avait connu un bon impact.

75% des personnes interrogées estiment que la propreté des rues, des trottoirs, des espaces publics figure en tête parmi les éléments qui contribuent le plus à la qualité de vie d'un quartier, contre 67 % lors de l'étude de 2019. La sécurité (57 %) et la tranquillité/le calme (52 %) occupent toujours respectivement la deuxième et la troisième place.

La perception de la propreté publique par le citoyen s'améliore, que ce soit devant chez lui, dans sa rue, sa commune ou en Wallonie. Il est à noter à ce propos que le sentiment de propreté est clairement meilleur quand les citoyens jugent la propreté à proximité de leur habitation. Ainsi, «juste devant chez soi» obtient un score de 60 % de notes d'excellence (8-10). Ils étaient 58 %

précédemment. Ce sentiment de propreté se dégrade à mesure que l'on s'éloigne du lieu de vie. «Dans votre rue» récolte 50 % des scores d'excellence contre 45% précédemment, «dans l'ensemble de votre commune» 33% (ce chiffre reste semblable à l'an passé) et enfin, «en Wallonie», seulement 12 % (score identique à l'année précédente).

Concernant la comparaison de la propreté de la Wallonie par rapport à d'autres régions, 75 % des Wallons estiment qu'il fait plus propre au Grand-Duché du Luxembourg, 68%, qu'il fait plus propre aux Pays-Bas et 70% pensent qu'il fait plus propre en Allemagne. Selon 73 % des Wallons, la Flandre est plus propre que la Wallonie. Par contre, la Wallonie serait nettement plus propre que la France et, surtout, que Bruxelles.

La propreté de douze types d'espaces publics a été évaluée par les répondants. Les lieux considérés comme les plus propres sont les suivants :

- les abords des bâtiments publics (61%) ;
- les places (59%) ;
- les centres sportifs (58%) ;
- les artères commerçantes (54%) ;
- les parcs et espaces verts (54%) ;

Lorsqu'on parle de manière générale, le ressenti des citoyens au sujet de la propreté est relativement négatif (on parle dans ce cas d'évaluation subjective) mais dès qu'un type de lieu est précisé, ce ressenti est alors plus nuancé et a tendance à être plus positif (il s'agit dans ce cas d'évaluation objective). On note également une amélioration de la propreté des différents espaces publics par rapport à 2019.

En ce qui concerne les espaces les moins propres, 69 % des répondants considèrent que les aires de repos le long des routes et des autoroutes sont les endroits les plus sales. Ils sont suivis par les abords des cours d'eau (63 %) et les stations et arrêts de bus (63 %).

4. Les causes prioritaires et facteurs de la malpropreté

Selon les répondants, les trois facteurs qui expliquent le plus la malpropreté :

- le manque d'éducation des citoyens adultes (70%) ;
- le manque d'éducation des enfants et adolescents (62%) ;
- l'absence d'identification et de réprimandes des auteurs d'incivilités (52%).

On note ainsi que le manque d'éducation expliquerait davantage la malpropreté que l'absence d'actions répressives efficaces, tout comme lors de l'étude de 2019.

A propos de l'abandon de « petits déchets » dans l'espace public, un jeune sur 10 (entre 18 et 34 ans) ignore que jeter un déchet au sol est passible d'amende. D'ailleurs, 18% des personnes interrogées avouent jeter des déchets au sol très souvent, occasionnellement ou rarement. Selon eux, cela s'explique par le fait qu'il y a trop peu de poubelles (33%), par distraction (32%), parce que les poubelles sont souvent débordantes (28%), parce que leurs déchets sont biodégradables (23%).

A propos de la variété des déchets, il ressort qu'un jeune sur 10 entre 18 et 34 ans ne considère pas le mégot comme un déchet et que 13% des répondants de ce même groupe d'âge ne considèrent pas le chewing-gum comme un déchet. 13% des personnes possédant un chien avouent ramasser rarement, voire jamais les déjections de leur animal.

A contrario, ce qui motive les gens à ne rien jeter par terre est lié à leur éducation (81%), au respect de l'environnement (70%), au fait qu'ils avouent « râler quand ils voient les autres jeter leurs déchets au sol » (54%) et par le fait qu'ils souhaitent montrer l'exemple (36%).

21% des Wallons ont participé au moins une fois au « Grand Nettoyage ».

62% des Wallons déclarent ramasser des déchets 'occasionnellement' ou 'très souvent'. Quand on parle d'abandon de déchets au pied des bulles, 9% des personnes interrogées déclarent jeter 'occasionnellement' ou 'très souvent' des déchets autour des bulles à textiles et 7% autour des bulles à verres.

Enfin, par rapport à l'abandon de plus gros déchets, 9 Wallons sur 100 ont avoué s'en débarrasser dans l'espace public. Ils expliquent cela par le faible nombre de ramassages dans leur commune, mais aussi parce qu'on ne reçoit pas d'amende pour ça, parce qu'ils ne savent pas où se trouve le recyparc ou encore parce que les horaires des recyparcs ne leur conviennent pas.

5. Les actions à mener pour améliorer la propreté

9 actions pour améliorer la propreté ont été soumises aux citoyens afin qu'ils indiquent l'importance qu'ils y accordent personnellement. Les 5 actions majeures sont, dans l'ordre, selon les répondants :

- augmenter le nombre de poubelles (67 %) ;
- nettoyer plus souvent (65 %) ;
- mener des actions dans les écoles (58%) ;
- mener des actions de sensibilisation (57%) ;
- mener des actions de répression (53 %).

L'ordre des actions n'a pas fondamentalement changé par rapport à l'étude précédente.

Alors que 95% des répondants estiment être prêts à trier leurs déchets dans l'espace public si la possibilité leur est offerte (89% des 18-34 ans et 98% des plus de 65 ans), une importance toute particulière doit être portée selon eux :

- à la lutte contre les dépôts clandestins de déchets (76%) ;
- à la lutte contre les canettes jetées dans la rue (71%) ;
- à l'absence de débordement des poubelles publiques (67%).

De manière générale, l'évolution de l'indice de la propreté² s'améliore passant de 43,5% en 2019 à 45,3% en 2020.

² Cet indice est déterminé sur base de différents critères liés à la propreté publique repris depuis 2018. Chacun de ces critères a une influence plus ou moins forte sur le résultat final de l'indice.