



ÉTUDE DE PERCEPTION DE BE WAPP

Étude AQ Rate
2022

Ensemble pour une Wallonie plus propre

Be
WaPP

1 Contexte et objectifs

Be WaPP souhaite être un partenaire de qualité de tous les acteurs locaux actifs dans le domaine de la propreté publique et a pour ambition de se positionner comme expert en cette matière.

Afin de mieux connaître ce que ses partenaires pensent d'elle, Be WaPP a fait mener une étude auprès des communes, des intercommunales de gestion des déchets, des administrations publiques régionales, des cabinets ministériels, des associations, des fédérations ainsi que des entreprises.

Il s'agit de la deuxième édition d'une pareille enquête, la première ayant eu lieu en 2018, auprès d'un public moins large, à savoir les communes, les intercommunales de gestion des déchets et l'administration régionale ayant la gestion des déchets dans ses compétences.

Cette étude a différents objectifs :

- déterminer la connaissance et le niveau de satisfaction à l'égard Be WaPP ;
- évaluer la perception des différentes parties prenantes par rapport aux actions développées par Be WaPP ;
- identifier les points positifs et négatifs associés à l'action de Be WaPP ;
- identifier les éléments pouvant amener à améliorer l'action de Be WaPP.

2 Méthodologie

L'enquête a été menée dans un premier temps en ligne (du 04/05/22 au 20/05/22). Elle a dans un second temps été complétée par une enquête téléphonique pour toucher plus de répondants (du 16/05/22 au 20/05/22). Le remplissage de l'enquête prenait moins de 15 minutes.

Sur les 606 'cibles' du fichier contact que Be WaPP a communiqué au bureau AQ Rate, 258 ont répondu (121 via l'enquête en ligne et 137 via l'enquête téléphonique). Alors qu'en 2018, les répondants issus des communes représentaient 97,4%, elles ne sont plus que 82,6% en 2022, vu l'élargissement du spectre des personnes interrogées.

La grande majorité des répondants (70%) occupaient leur fonction actuelle depuis plus de 4 ans et plus de 90% connaissaient Be WaPP.

L'enquête de 2018 reposait sur la même méthodologie, à savoir une enquête en ligne menée du 25/06/18 au 11/07/2018, suivie d'une enquête téléphonique (04/07/18 au 11/07/18). Sur les 275 'cibles' (communes, intercommunales et administration régionale) communiqués au bureau d'études, 197 ont répondu.

3 Enseignements

En 2018, l'étude s'adressait aux partenaires de Be WaPP dans les communes, intercommunales et au sein de l'administration de la gestion des déchets. Cette année, l'univers s'est élargi à certaines administrations publiques régionales, cabinets ministériels, fédérations, entreprises et autres intercommunales.

L'élargissement de l'univers a conduit à obtenir un taux de participation moins élevé qu'en 2018. Les personnes invitées à participer cette année étaient probablement en partie moins impliquées directement avec Be WaPP qu'il y a 4 ans et se sont donc senties moins concernées par l'enquête.

Notons cependant que 43% de taux de réponses reste relativement élevé.

Tout comme en 2018, quasi tous les participants (92%) connaissent Be WaPP bien voire très bien (25%) et dans l'ensemble, ils lui reconnaissent tous une légitimité importante et une utilité en tant qu'expert et partenaire de la gestion de la propreté publique. Avec à nouveau des notes moyennes de satisfaction très élevées (et plus élevées qu'en 2018) oscillant entre 7,16 et 8,42 sur les différents aspects pris en compte, on constate que Be WaPP a conforté son statut d'acteur incontournable en Wallonie pour la mise en place et la promotion d'actions de sensibilisation à l'amélioration de la propreté dans l'espace public.

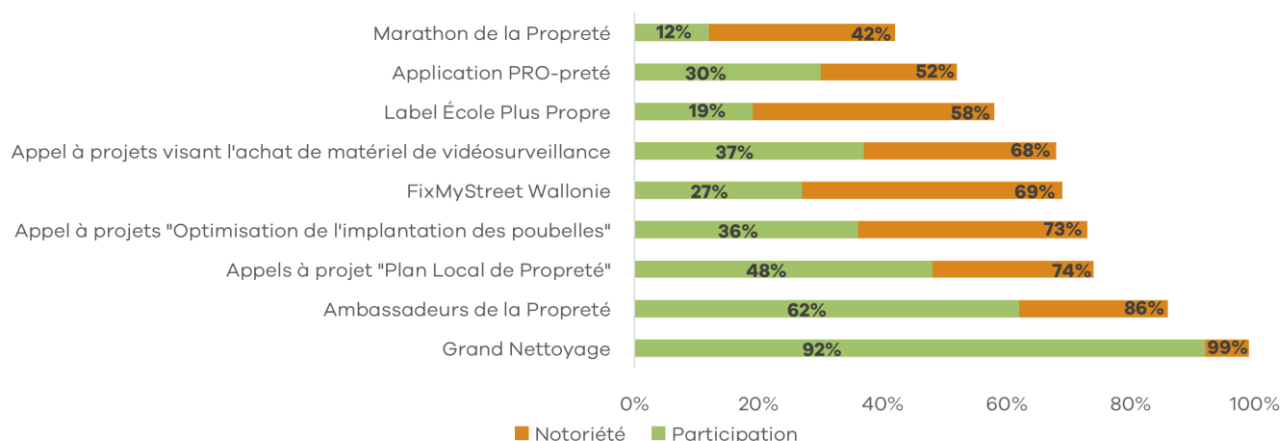
• LES ACTIVITÉS DE BE WAPP

Par rapport aux différentes activités mesurées, on constate toujours une **notoriété** maximale du "Grand Nettoyage" (99%). Les "Ambassadeurs de la Propreté" sont connus de près de 9 répondants sur 10. Si les différents appels à projets ainsi que FixMyStreet Wallonie jouissent encore d'une notoriété de l'ordre de 70 à 75%, le label "École Plus Propre" arrive en-deçà des 60% et l'application PRO-preté juste au-dessus de 50%. Le "Marathon de la Propreté" n'est connu que de 4 répondants sur 10.

Dans le cadre de la **participation**, si le "Grand Nettoyage" a concerné presque tous les répondants et les "Ambassadeurs de la Propreté" plus de 60% d'entre eux, l'appel à projets Plan Local de Propreté n'a concerné qu'un répondant sur deux et ceux visant l'optimisation de l'implantation des poubelles et l'achat de matériel de vidéosurveillance, un répondant sur trois. FixMyStreet Wallonie et l'application PRO-preté ont mobilisé un peu moins d'1/3 des répondants, le label "École Plus Propre" et le "Marathon de la Propreté" ont enregistré un taux de participation de seulement 19% et 12%.

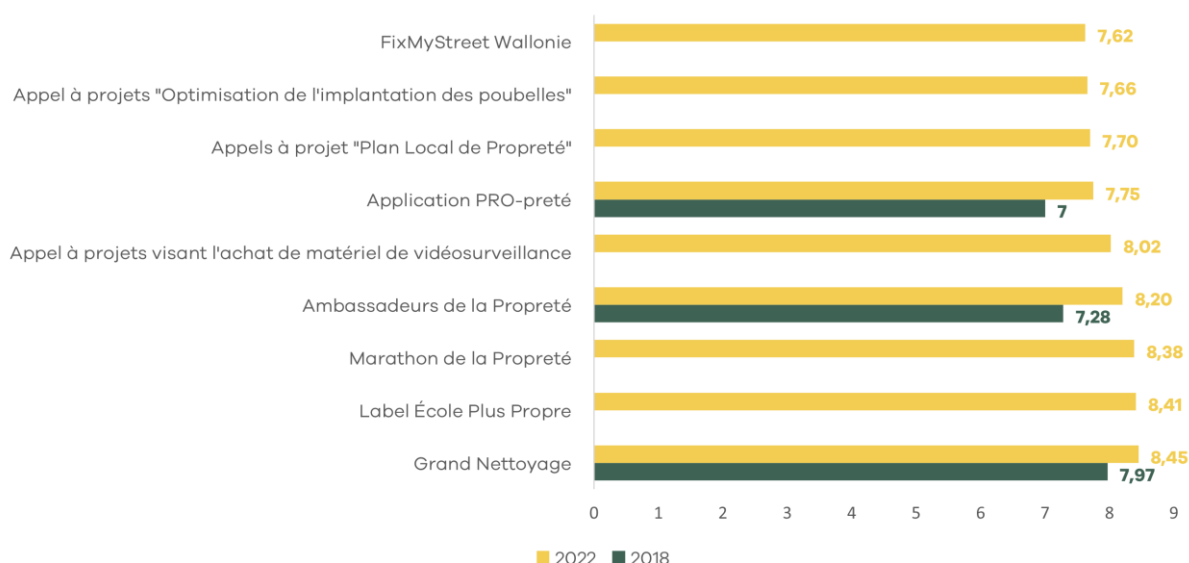
Si la large participation au "Grand Nettoyage" est toujours synonyme **d'évaluation positive**, dans l'ensemble, toutes les activités obtiennent des **scores de satisfaction très élevés** avec au moins 7,63/10.

NOTORIÉTÉ ET PARTICIPATION DES ACTIVITÉS DE BE WAPP



On notera que pour les 3 activités qui étaient aussi étudiées en 2018, les scores de satisfaction ont augmenté significativement.

SATISFACTION DES ACTIVITÉS DE BE WAPP



Toutes les **activités étudiées sont considérées comme utiles, voire très utiles** par au moins $\frac{3}{4}$ des répondants. Cette proportion atteint même 90% voire davantage pour l'appel à projets visant l'achat de matériel de vidéosurveillance, le label "École plus Propre", le "Grand Nettoyage" et les "Ambassadeurs de la Propreté".

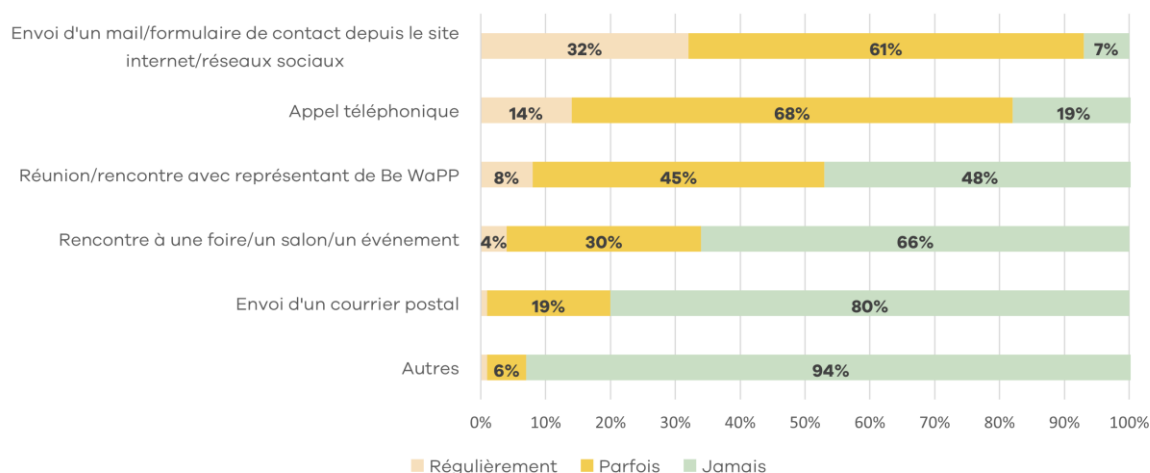
• LES CONTACTS AVEC BE WAPP

De manière générale, la plupart des répondants (87%) ont déjà été en contact avec Be WaPP.

Globalement, ces contacts sont suffisamment fréquents et de très bonne qualité (entre 8,7 et 9,4 sur 10 de satisfaction selon le mode de contact).

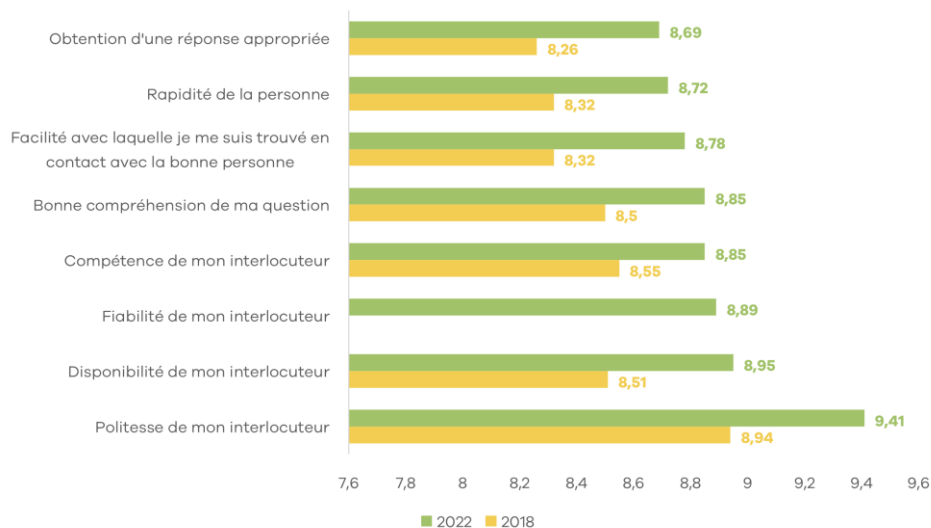
Comme en 2018, l'envoi d'un mail ou d'une demande via le site ou les réseaux sociaux et le téléphone sont les 2 modes de contact les plus utilisés même si les rencontres et réunions avec un représentant de Be WaPP ont cependant doublé par rapport à 2018.

FRÉQUENCE ET FAÇONS DE PRENDRE CONTACT AVEC BE WAPP



Si les participants sont très satisfaits des différents modes de contact avec Be WaPP, ils témoignent aussi de leur grande qualité. Tous les aspects mesurés sont en augmentation par rapport à 2018 et varient cette année de 8,7 à 9,4 sur 10.

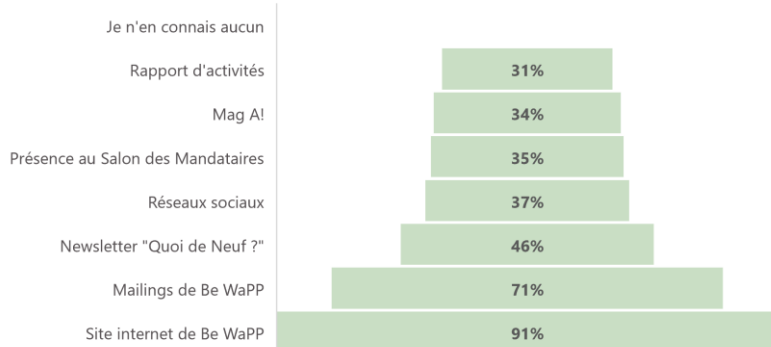
SATISFACTION PAR RAPPORT AUX CONTACTS AVEC BE WAPP



• LES CANAUX D'INFORMATION DE BE WAPP

En termes de notoriété, le **site internet** reste l'élément phare au niveau des canaux de communication. Il est en effet connu de plus de 91% des participants. Les **mailings** arrivent toujours en second lieu et constituent donc aussi un canal de communication très prisé. Un répondant sur deux connaît la **newsletter "Quoi de Neuf chez Be WaPP ?"**, 1/3 les **réseaux sociaux** de Be WaPP, la présence au **Salon des Mandataires**, le **Mag A!** et le **rapport d'activités**.

CONNAISSANCE DES CANAUX DE COMMUNICATION DE BE WAPP



Tous les canaux de communication connaissent des notes de satisfaction élevées, allant de 7,52 à 8,80 (sur 10) pour la présence au Salon de Mandataires.

• APPRÉCIATION GLOBALE DE BE WAPP

Comme pouvaient le laisser présager les excellents résultats présentés ci-avant, la note de satisfaction globale attribuée cette année à Be WaPP est en augmentation par rapport à 2018 et passe de 7,88 sur 10 à 8,04.

Le dynamisme et le professionnalisme des équipes, la communication faite autour des activités, la créativité et les innovations ainsi que la variété des actions proposées sont autant d'ingrédients de réussite et de reconnaissance. On voit cependant pour certains qu'il y a peut-être trop de projets

différents et que la charge est parfois trop lourde pour les communes, mais ceci n'est pas le reflet de la majorité qui voit toujours d'un regard positif les actions organisées en partenariat avec Be WaPP .

• **BE WAPP DEMAIN**

La nécessité de prolonger les activités de Be WaPP au-delà de 2022 ne fait aucun doute.

Les répondants trouvent cette prolongation utile notamment pour continuer ce qui a déjà été entrepris, développer de nouveaux projets et pour accompagner les communes dans la gestion de la propreté en leur apportant les outils nécessaires. Les répondants soulignent en outre que "Be WaPP est un organisme dynamique et rassembleur qui compte un nombre important d'adhérents".

Dans l'optique où Be WaPP venait à disparaître après 2022, si près de la moitié des répondants affirme ne pas savoir qui serait le plus à même de reprendre les activités de l'asbl, l'autre moitié se prononce de la sorte : 23 % des répondants pensent qu'une structure mixte réunissant partenaires privés et publics serait la plus à même de reprendre ses activités. 13 % optent pour une organisation publique, 8 % pour une intégration des activités au sein de l'administration régionale et 4 % pour une organisation privée.

Dans l'optique où Be WaPP poursuivrait ses activités, 75 % des répondants estiment qu'elle doit conserver son statut d'asbl privée, alors que 25 % pensent qu'elle doit devenir un organisme public ou parapublic.

**SI BE WAPP VENAIT À DISPARAÎTRE, QUI SERAIT LE PLUS À MÊME DE
REPRENDRE SES ACTIVITÉS ?**

