focus group

expérience exemplaire

Communauté de Communes des Pays d'Oise et d'Halatte

Auteur :

1 Rue Halatte
Bp 20255
60722 Pont-Sainte-Maxence
Voir le site internet
Laurent Cotte
om@ccpoh.fr

Consulter la fiche sur OPTIGEDE

CONTEXTE

Depuis 2010 la Communauté de Communes des Pays d'Oise et d'Halatte est engagée dans un programme de prévention.
Elle mène des actions auprès de différents publics cibles afin de les sensibiliser à la réduction des dechets.Pour ce faire, elle utilise des supports de communication qui sont distribués aux habitants et aux professionnels. Il s'agit principalement :

- le magazine "Notre Pays" fait l'objet d'une distribution bimestrielle sur l'ensemble du territoire de la CCPOH.
- le guide des déchets.
- des supports de communication spécifiques sont destinés aux habitants (guide contre le gaspillage alimentaire, guide du compostage et un guide "réduisons nos déchets verts".
- le dépliant du service déchets des professionnels s'adressant aux entreprises, commerçants, artisans, et administrations.

Sur le plan de la collecte et la pré-collecte, la CCPOH a introduit l'extension des consignes de tri, et a changé ses bacs de collectes ordures ménagères résiduelles et mis en place des bacs pour le tri.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

Afin d'intégrer les changements intervenus dans la collecte et la pré-collecte et développer une communication sur la prévention qui tienne compte du quotidien des habitants, la CCPOH a constitué et réuni un panel de discussion pour mieux comprendre leurs habitudes en matière de tri et de réduction des déchets . Plus précisément, cette approche a permis de mettre en évidence :

- les perceptions, attitudes et comportements des ménages à l'égard du tri et de la réduction des déchets,
- les éléments de motivation permettant l'adoption de gestes favorisant la prévention et le tri,
- les freins et obstacles limitant l'adoption de ces gestes,
- la connaissance des supports de communication de la CCPOH.

Résultats quantitatifs

Le panel pour le Focus group était de 9 personnes mais seulement 6 sont venues.

Résultats qualitatifs

Le focus group a mis en évidence le niveau de connaissance des supports de communication de la collectivité par les habitants, ainsi que leurs perceptions, comportements, freins, et facteurs de motivation permettant l'adoption de gestes vertueux à l'égard du tri et de la réduction des déchets.

Les informations recueillies lors du focus group ont permis d'évaluer la communication de la collectivité et de l'adapter. Ainsi la CCPOH a réalisé:

- deux guides des déchets. Un pour l'habitat collectif et l'autre pour l'habitat pavillonaire où les messages de prévention ont été majoritairement intégrés.
- un numéro vert unique dédié au service créé pour la prévention, la collecte, la pré-collecte des déchets.
- un visuel du guide repris sur les camions.
- la communication de proximité a été accentuée.

MISE EN OEUVRE

Planning

- Fin janvier, début février 2013 : recrutement par le cabinet "scanning" des participants.
- 13 février :réunion du Focus group. il a duré 3 heures.
- 25 février : édition du rapport par Espace Environnement.
- Mars 2013 : étude sur la nouvelle communication.
- Avril mai : réalisation des guides.
- Septembre à aujourd'hui : distribution des guides avec les nouveaux bacs.
- Novembre : mise en place du nouvel habillage rappelant le guide des déchets sur les nouveaux camions.
- Mars 2014 : accompagnement en porte à porte d'une partie de l'habitat collectif.

Moyens humains

Un cabinet spécialisé s'est chargé du recrutement. 9 personnes récrutées mais seulement 6 se sont déplacées.

Un sociologue a réalisé le focus group.

Un agent de la collectivité extérieur au service a pris les notes pendant la réunion.

Le service communication a réalisé les nouveaux guides, les affiches et l'habillage des camions de collecte.

Moyens financiers

Le recrutement des personnes du panel a coûté 70 euros par personne

Le dédommagement des participants a coûté 50 euros par personne.

Un plateau repas a été fourni à chaque participant pour 100 euros en tout.

Le coût a donc été de 820 euros.

Les frais pour l'intervention et le compte rendu du cabinet Espace Environnement a été pris en charge par l'ADEME dans le cadre de son marché d'accompagnement et d'animation du réseau des collectivités picardes engagées dans la prévention des déchets.

Moyens techniques

Une salle avec une table et des chaises

Partenaires mobilisés

L'ADEME nous a permis de réaliser ce Focus group grâce au journée d'accompagnement individuel faite par le cabinet Espace Environnement.

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

La méthode de Focus group est reproductible dans chaque collectivité.

Il faut cependant prendre en compte que le recrutement n'est pas une chose aisée.

Le fait qu'un cabinet extérieur à la collectivité soit le maître d'oeuvre de la réunion permet aussi un plus grande liberté de paroles des participants.

Difficultés rencontrées

La méthode du Focus group est une démarche qualitative particulièrment appropriée pour son caractère exploratoire et la richesse des informations qu'elle permet de collecter.

Cependant, il est important de préciser que compte tenu du caractère qualitatif, les résultats doivent être appréciés pour la richesse des témoignages et des informations.

Elle permet de dégager des axes de travail et d'adapter la communication vers les habitants

Recommandations éventuelles

Le fait qu'il n'y est personne du service environnement ou communication pendant le focus est très important car les agents pourraient être amenés à répondre et fausser les résultats.

Mots clés

PREVENTION DES DECHETS | COLLECTE DES DECHETS | SIGNALETIQUE | MENAGE | ORDURES MENAGERES RESIDUELLES

Dernière actualisation

Mars 2016

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Aline BLIN

aline.blin@ademe.fr

Direction régionale Hauts-De-France