



*Département Opinion
et Stratégies d'Entreprise*

pour



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

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

Décembre 2011

Etude réalisée pour : **SMEGREG**

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

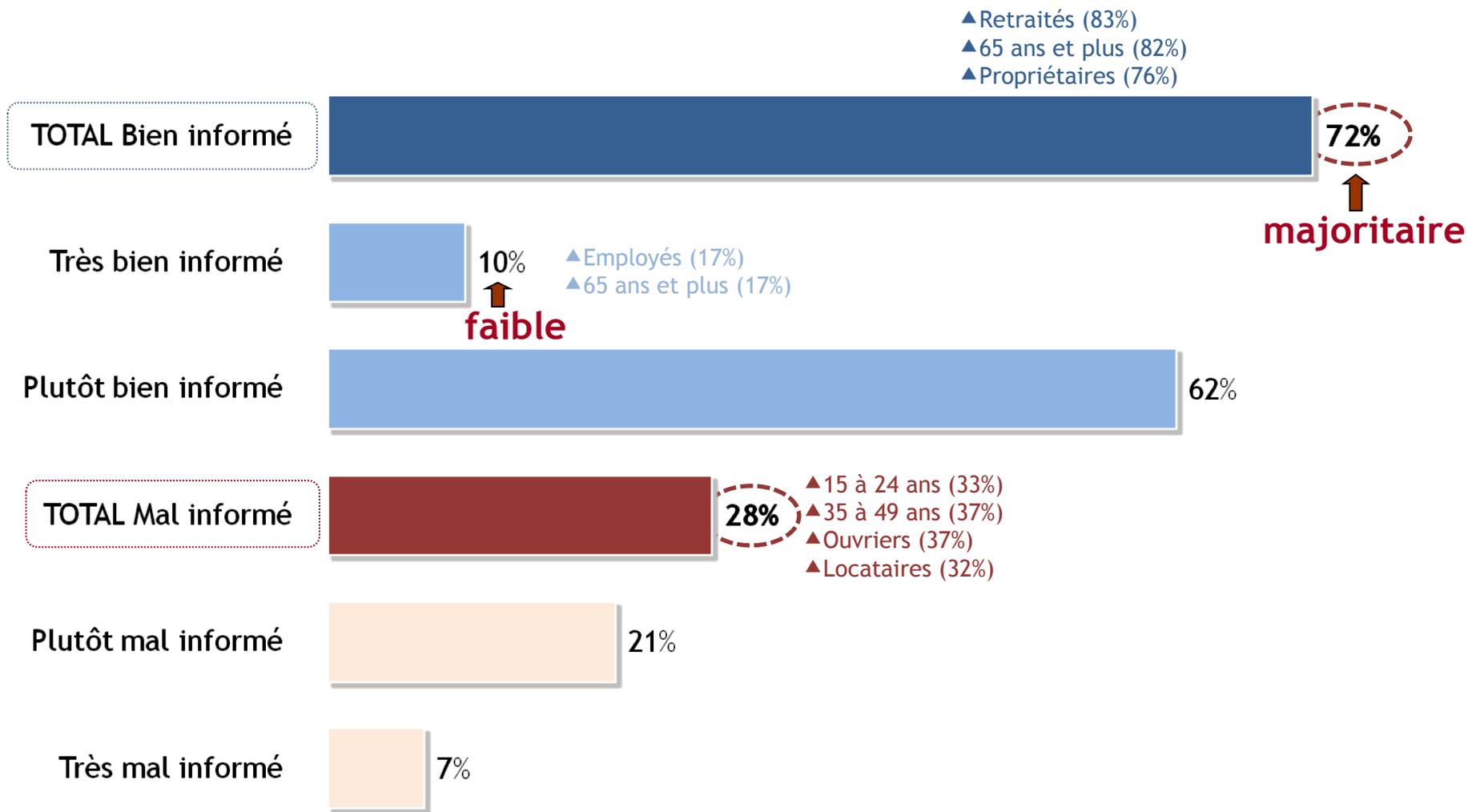
La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage) après stratification par agglomération et par zone (habitants de la CUB et autres habitants de la Gironde).

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

Dates de terrain : Du 7 au 10 décembre 2010

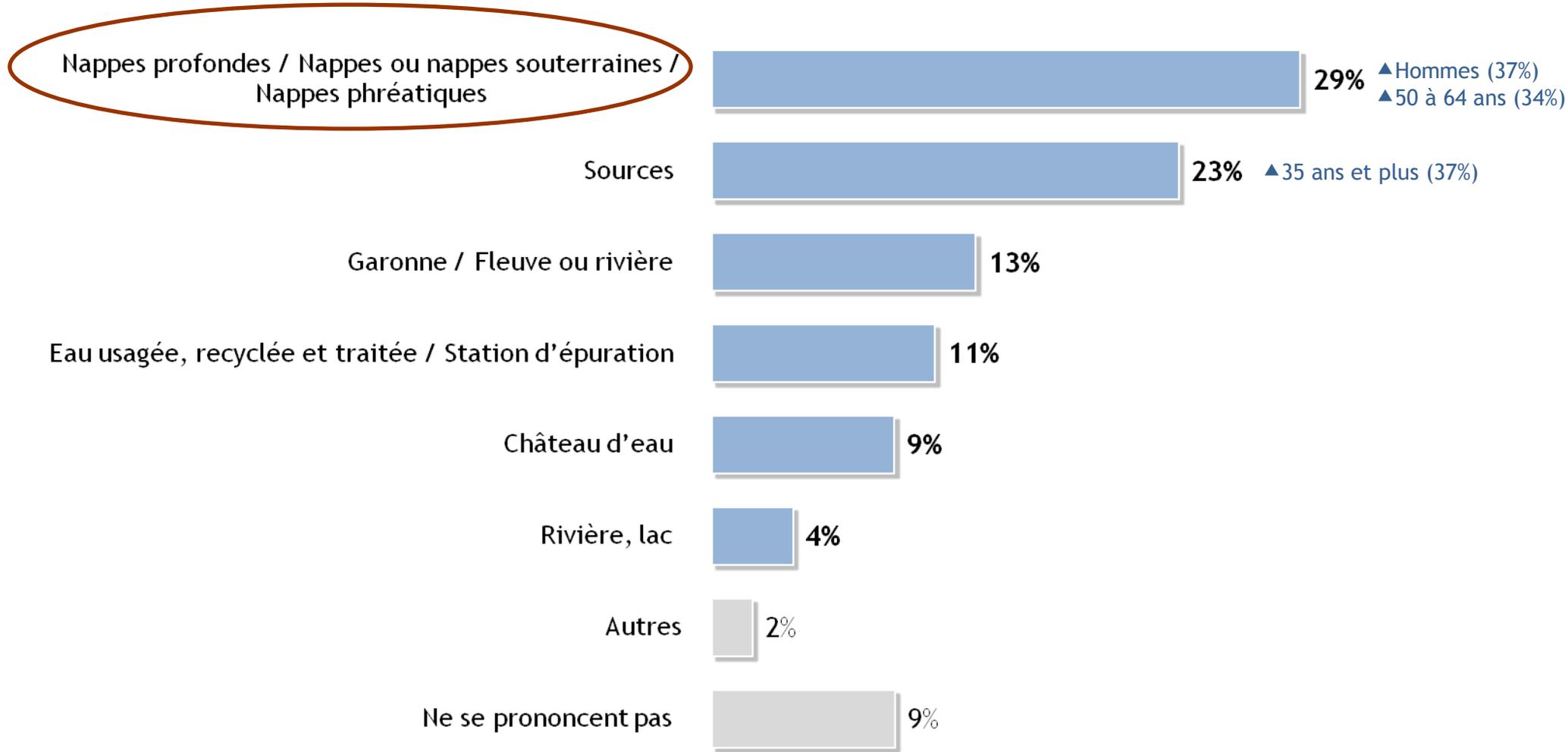
Un niveau d'information majoritaire à l'égard des enjeux de l'eau, mais d'une qualité néanmoins relative

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 ?



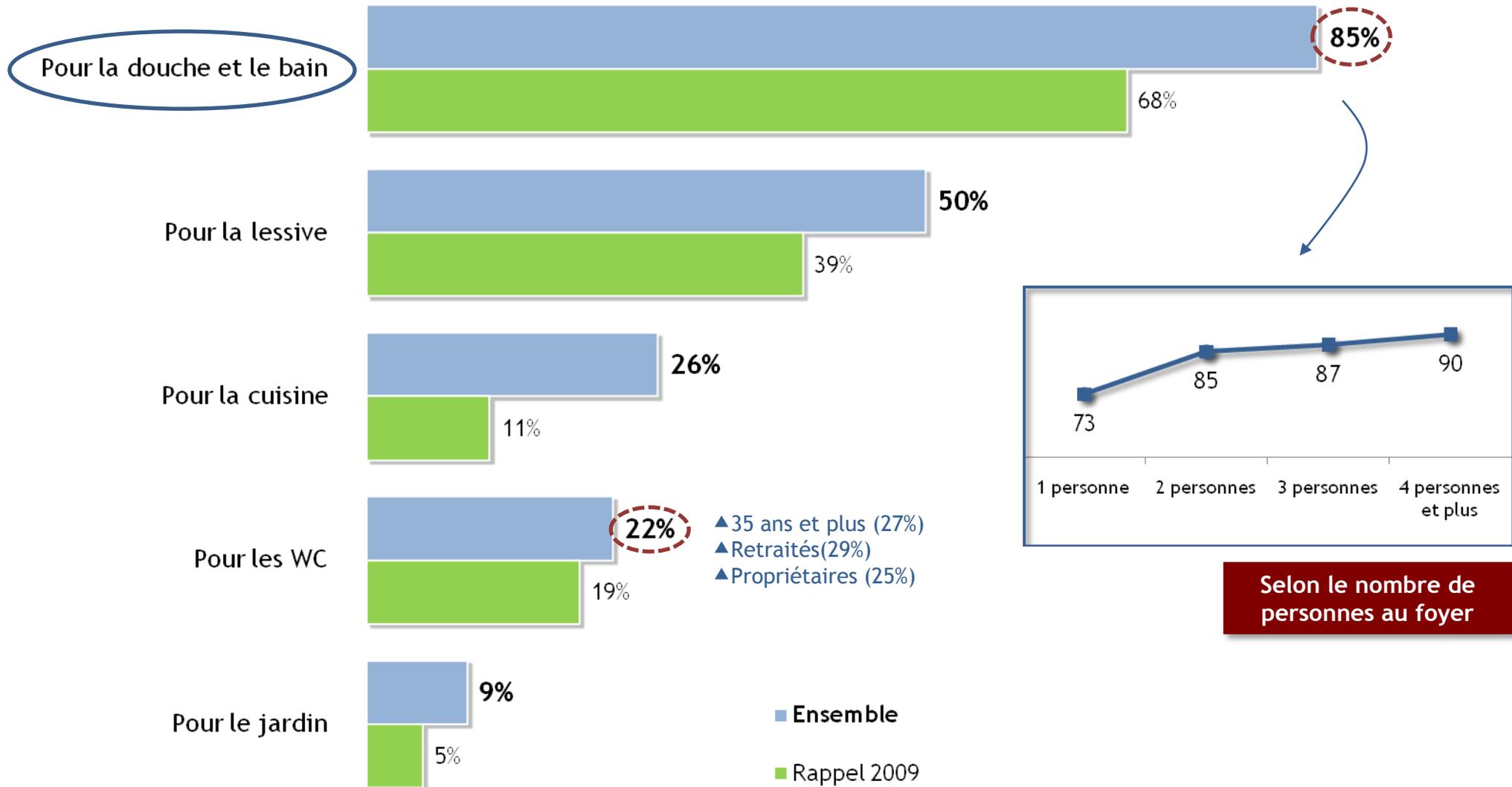
Si les eaux souterraines sont identifiées comme la principale ressource pour l'eau potable du département par les girondins, ils en ignorent certainement les qualités et des confusions persistent.

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



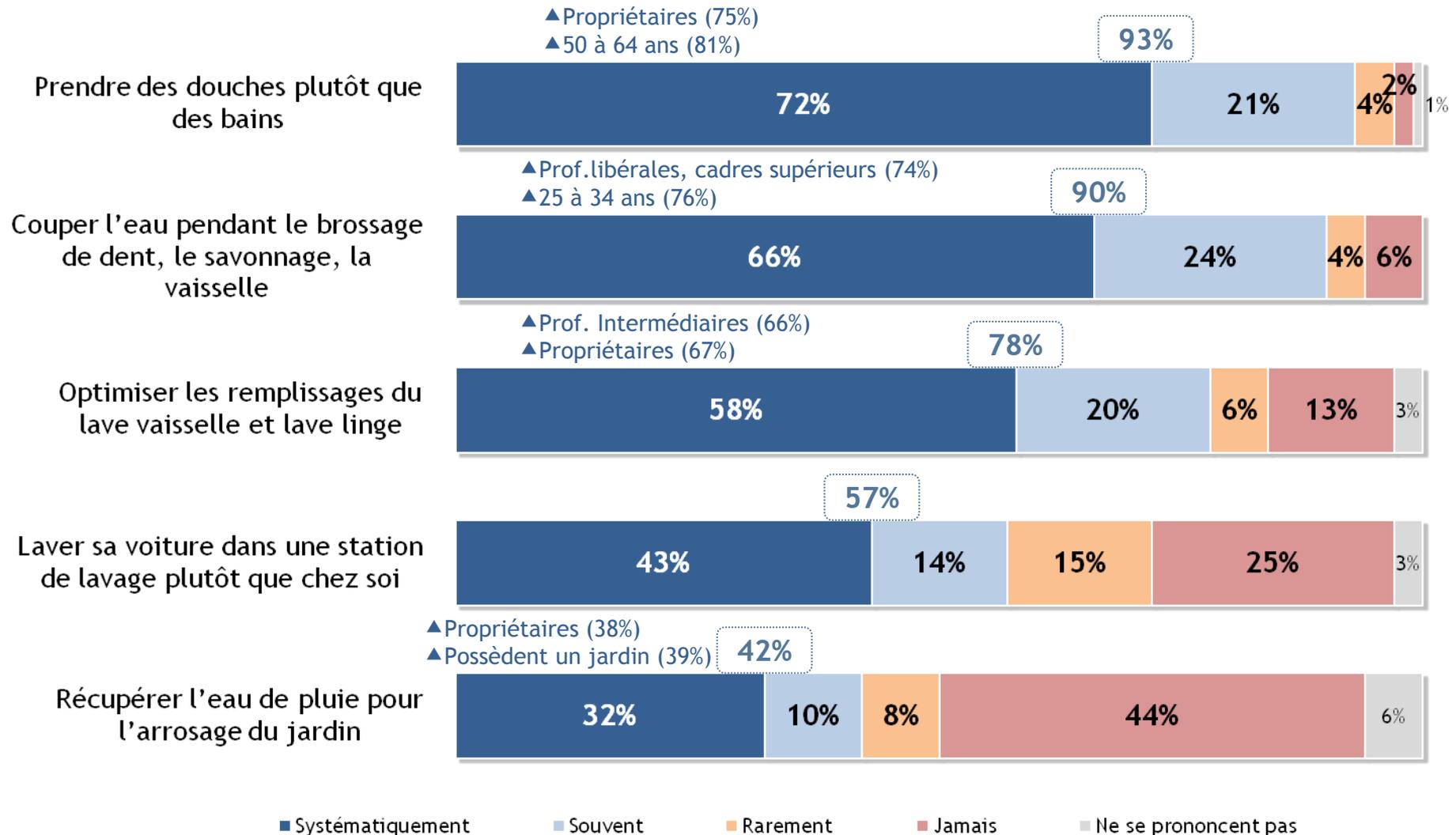
La douche et le bain sont considérés à juste titre comme l'usage le plus consommateur d'eau par une majorité de girondins. En revanche, la consommation des sanitaires est sous estimée, attestant d'une connaissance encore fragile de ces enjeux par les girondins.

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

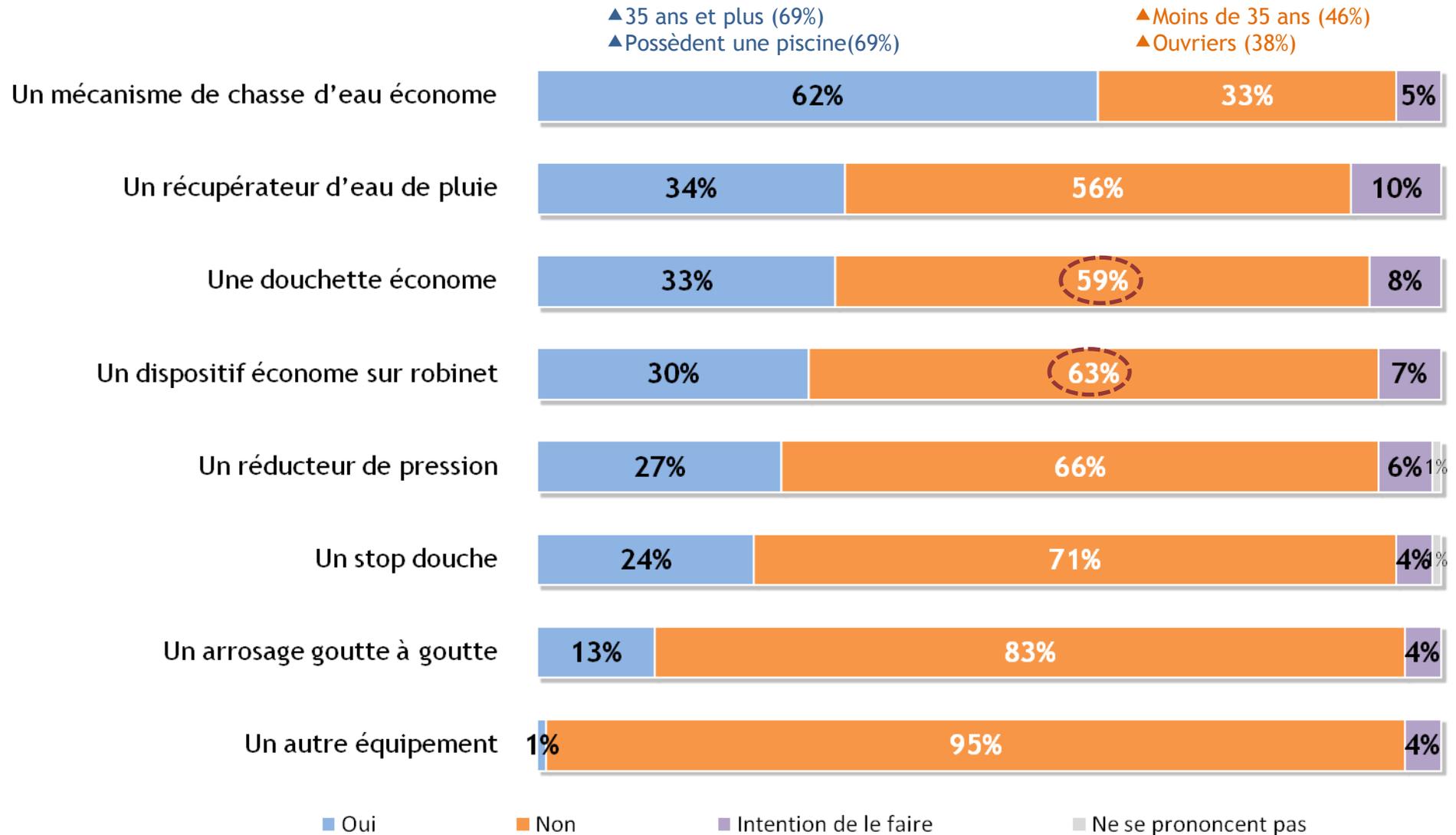


Selon le nombre de personnes au foyer

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



Visiblement peu au fait de l'offre disponible dans ce domaine, les girondins se trompent sur l'efficacité de certains équipements pouvant réduire la consommation d'eau

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

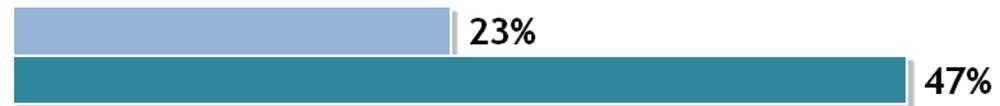
Le moins efficace est le plus cité



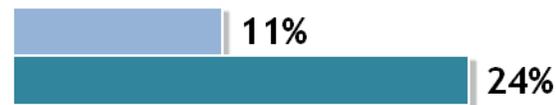
Un récupérateur d'eau de pluie



Un mécanisme de chasse d'eau économe



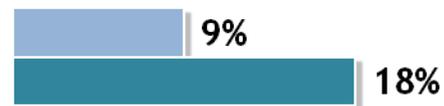
Un réducteur de pression



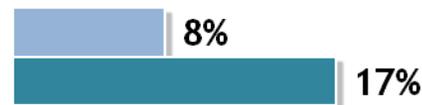
Un économiseur d'eau (mousseur / aérateur économe / régulateur de débit / aérateur régulé)



Un arrosage en goutte à goutte



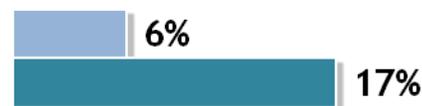
Un stop douche



Le plus efficace est le moins cité



Une douchette économe

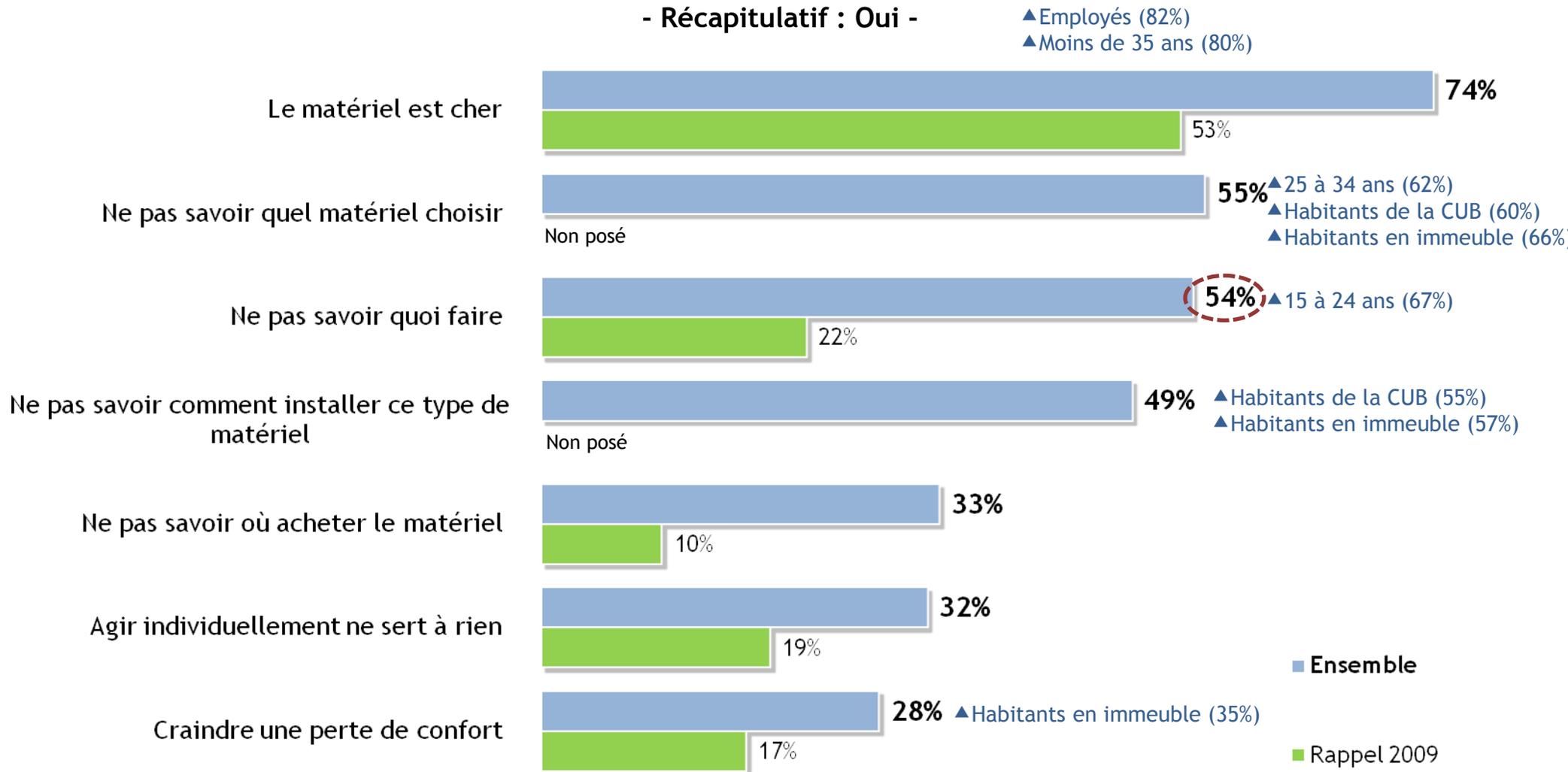


Un autre moyen



■ En premier
■ Total des citations

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

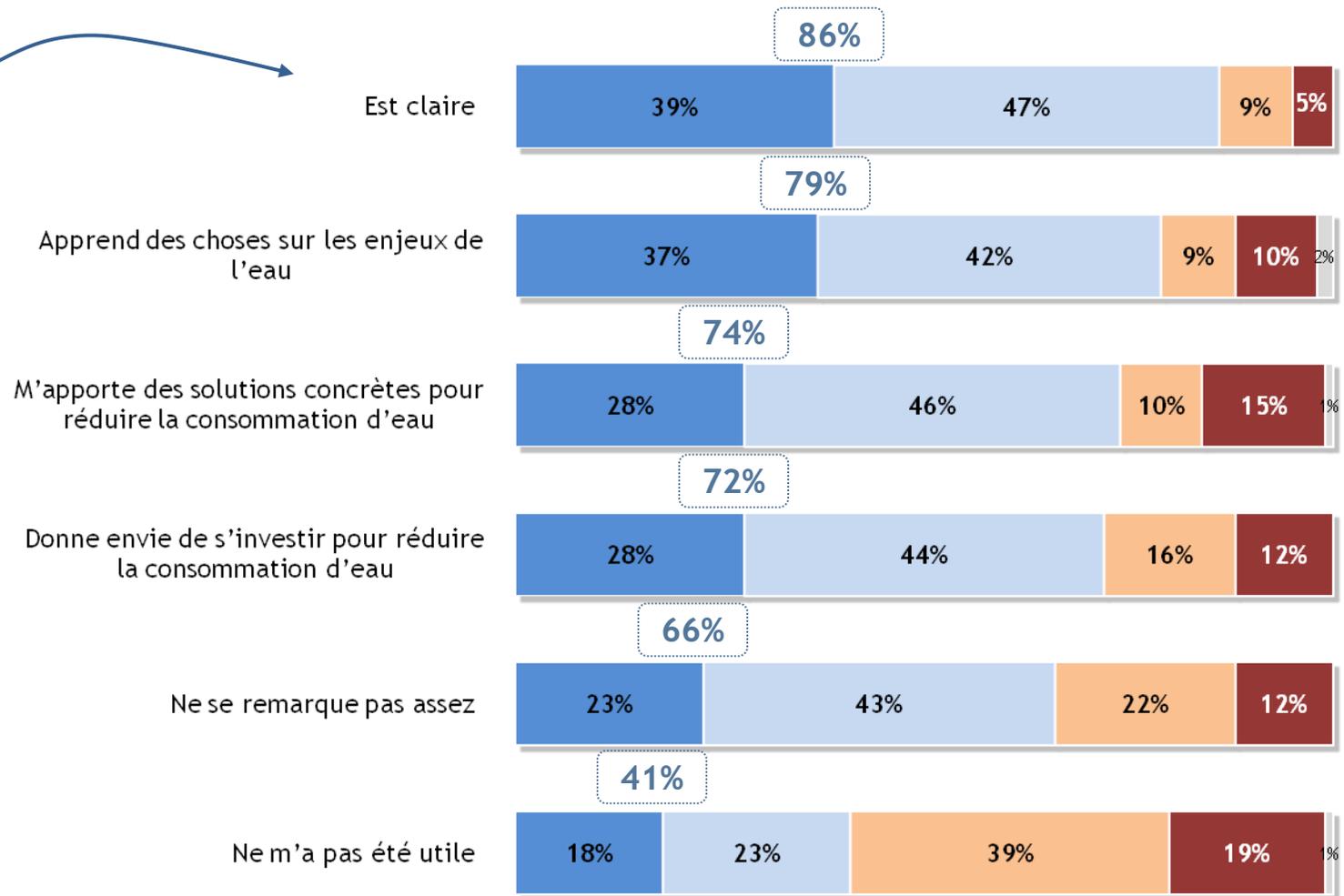
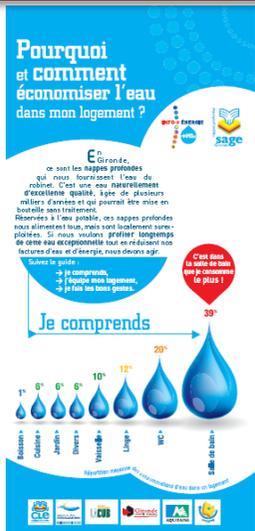


Question : Voici des opinions qui peuvent se rapporter au dépliant dont on vient de parler. Diriez-vous de cette campagne d'information qu'elle ... ?

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

23% des habitants de la Gironde se souviennent avoir reçu ou eu en main le dépliant d'information sur les économies d'eau

150 000 dépliant d'information distribués en 2010



■ Oui, tout à fait ■ Oui, Plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Ne se prononcent pas

- 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. ➡ **2011 : Poursuivre EIEE**
- 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. ➡ **2011 : Communiquer sur les sites et les améliorer**
- 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 d'offrir des solutions à certains publics particuliers apparaissant comme plus « démunis » que la moyenne sur le sujet. ➡ **2011 : Campagne d'affichage ciblant les jeunes
Plaquette "photo-image" sur les gestes économes**
- 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.

➡ **2011 : Plaquette douchette (efficacité, et comment choisir)**