

LE RÉEMPLOI



Rapport 2 : Objectifs et méthodologies
Wallonie, septembre 2005



Étude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Objectifs et méthodologies : agenda

- Des méthodes
- Recherche documentaire : objectifs et méthodologie
- Etude qualitative : objectifs et méthodologie
- Etude quantitative : objectifs et méthodologie
- Mystery Shopping : objectifs et méthodologie
- Etude Delphi : objectifs et méthodologie

Des méthodes

- Pour comprendre le marché du réemploi en Wallonie, le CRIOC a développé un processus de recherche global et complexe dont l'objectif était de fournir une perception globale du marché, tant du point de vue des acteurs (professionnels, utilisateurs), des consommateurs, des leaders d'opinion que des spécialistes.
- L'étude du marché du réemploi, tant dans sa composante demande qu'offre s'est réalisée en développant différents outils d'analyse spécifiques qui, à chaque fois, répondait à des objectifs particuliers.
 - La recherche documentaire
 - L'étude qualitative
 - L'étude quantitative
 - Le mystery shopping
 - La méthode Delphi.

Recherche documentaire : objectifs

- La recherche documentaire vise à cerner sur base des documents existants la problématique étudiée.
- Elle permet de définir précisément le sujet, le contexte et les enjeux de la réalisation d'une étude sur le réemploi.

Recherche documentaire : méthodologie

- La recherche documentaire consacrée au réemploi a été réalisée sur base des documents et informations disponibles.
- Les sources d'informations:
 - Publications, rapports des acteurs du secteur
 - Documents officiels (règlements, directives européennes, ...)
 - Interviews réalisées auprès d'acteurs du secteur

Etude qualitative : objectifs

- Identifier les perceptions et attitudes des consommateurs vis-à-vis du réemploi
- Identifier les attitudes et comportements de consommation vis-à-vis de produits (filieres traditionnelle et de seconde main, en particulier les filieres textiles, électroménagers et meubles)
- Identifier les opportunités de développement du marché du réemploi (en particulier pour les filieres textiles, électroménagers et meubles)

Etude qualitative : méthodologie

- L'organisation de groupes de discussion permet l'expression d'un maximum de logiques différentes. En utilisant des techniques d'association d'idées, d'évocations spontanées, de comparaison de concepts et du matériel à commenter, la discussion de groupe permet d'explorer largement les perceptions des participants quant à la dynamique étudiée.
- Échantillon : Les personnes ont été recrutées sur base de critères sociodémographiques classiques ainsi que sur base de questions relatives à leurs achats en matière de réemploi. Les personnes interrogées n'achètent pas ou peu en réemploi mais connaissent et ne rejettent pas le marché du réemploi.
- 2 groupes de 6 personnes ont été interrogés (Bruxelles et Liège).

Etude quantitative : objectifs

- Mesurer la notoriété et le niveau de connaissance que les Wallons ont du réemploi
- Connaître la perception que la population a du réemploi
- Comparer le discours actuel et futur de la population face au réemploi
- Préciser les comportements actuels
- Identifier les freins et les leviers au développement du réemploi en Wallonie.

Etude quantitative : méthodologie

- 750 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de la Wallonie âgés de 18 ans et +.
- Field : 15 mai – 15 juin 2005.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,6%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (province), du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, du type d'habitat (CIM), des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), PRA ou non (principal responsable d'achat), utilisateurs du réemploi (achat, vente).
- Une typologie réalisée sur base de la méthode des nuées dynamiques de DIDAY et une segmentation selon l'indice de Belson complètent les tris croisés.

Mystery shopping : objectifs

- Caractériser, selon divers critères pertinents:
 - Les points de vente,
 - Le personnel de vente,
 - L'offre de réemploi,
 - Les particularités des transactions commerciales sur le marché du réemploi.
- Souligner les éléments incitatifs ou perturbateurs de la réalité commerciale dans les points de vente du réemploi.

Mystery shopping : méthodologie

- Visite de points de vente de produits de seconde main par les field assistants du CRIOC : 16 points de vente de produits de réemploi ont été visités (2 brocantes, 7 magasins de l'économie sociale, 5 magasins privés et les sites web d'ebay et de troc).
- Observation, selon différents critères, des points de vente, de la force de vente et de l'offre (le textile, les électroménagers, les meubles, les ordinateurs et les GSM) et de la transaction commerciale. Chaque élément fait l'objet d'une évaluation. Plus le graphique présenté est rouge, plus les problèmes sont nombreux, plus il est vert, plus les problèmes sont rares ou inexistants.
- Simulation de l'expérience d'achat d'un consommateur en suivant un guide d'entretien complété a posteriori (Seules les tendances significatives sont présentées car sur base de 16 magasins, la présentation des résultats en fréquence relative ne se justifie pas).
- Pour la vente sur Internet : test de vente d'instruments de musique électroniques.

Étude Delphi : objectifs

- Interroger différents experts en Wallonie afin de collecter et de confronter leurs avis concernant la problématique du réemploi.
- Analyser les perceptions vis-à-vis des thèmes abordés sur le réemploi, des consensus ou des divergences de points de vue et d'analyse.

Étude Delphi : méthodologie 1

- Sélection d'un panel d'experts et de professionnels du réemploi (personnes ayant de près ou de loin un rapport avec la problématique du réemploi) issus du monde économique, social, environnemental, scientifique et académique.
- L'étude s'organise en deux phases :
 - Premier tour d'enquête : envoi d'un premier questionnaire abordant la problématique du réemploi en Wallonie. Ce questionnaire aborde de nombreux thèmes liés au réemploi.
 - Second tour d'enquête: après réception des réponses au premier questionnaire, un traitement des données est effectué. Un résumé anonyme des réponses de chaque expert permet au répondant de situer son avis par rapport à l'avis des autres experts. Il est alors libre de confirmer son avis initial ou de réévaluer sa réponse en complétant à nouveau le questionnaire. Les réponses au second questionnaire sont traitées et synthétisées.

Étude Delphi : méthodologie 2

- Code de couleurs pour la lecture des figures
 - Vert foncé = l'expert est tout à fait d'accord avec la proposition
 - Vert clair = l'expert est plutôt d'accord avec la proposition
 - Jaune = l'expert est plus ou moins d'accord avec la proposition
 - Orange = l'expert n'est plutôt pas d'accord avec la proposition
 - Rouge = l'expert n'est pas du tout d'accord avec la proposition
- Absence de couleur : représente le fait que l'expert n'a pas désiré répondre car il ne s'estimait pas compétent, ne désirait pas répondre ou n'avait pas d'opinion concernant la proposition émise.
- Participants : Fost +, FGTB, Inter Environnement Wallonie, Réseau Eco consommation, Chevalier vert, OWD, BEP, IBGE, CEDAC, SPP Intégration sociale, Les Petits Riens, Ressourcerie Le Carré, Ressources, Feebel, Journaliste, RDC, Greenpeace, ULB, Ressources, CSC.

Éditeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Rue des Chevaliers 18 - 1050 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2005
Réf. Catalogue — 322-05

D 2005-2492-56
©CRIOC

Prix : 15 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources