



L'évaluation du projet

Xavier Sohet

Lille, le 7 novembre 2007

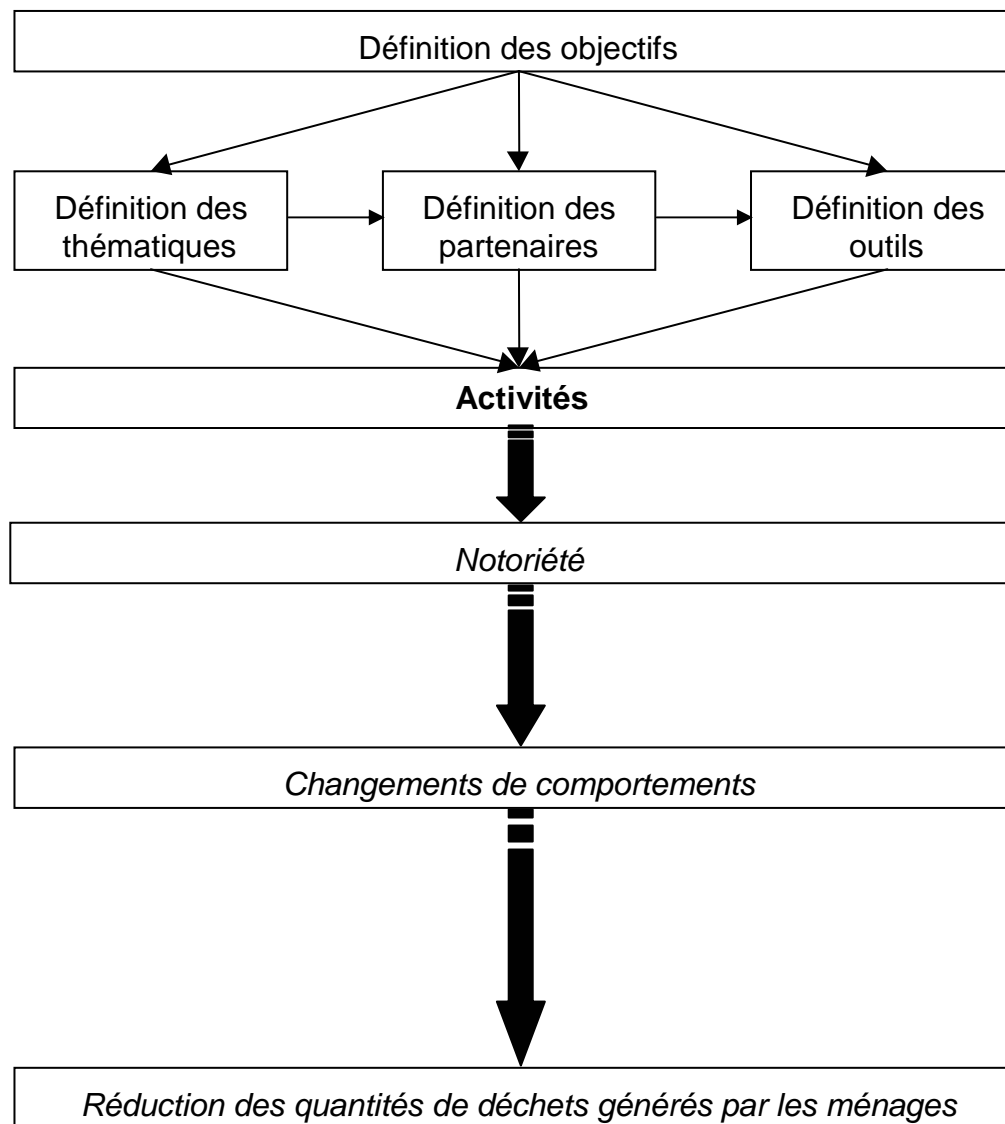


Objectifs de l'évaluation

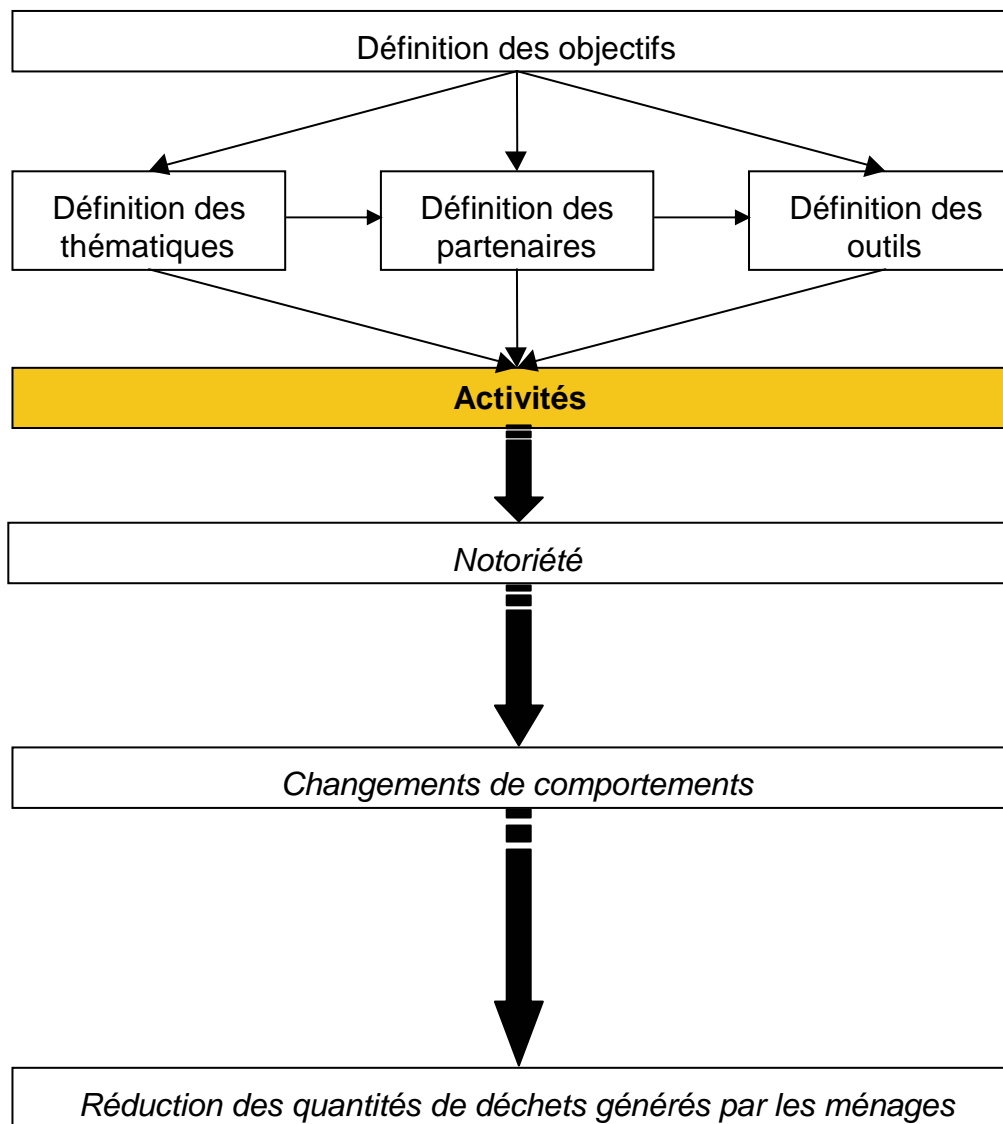
- ◆ Mesurer l'état d'avancement du programme (en continu)
- ◆ Tester différents outils ou différentes approches en cours de programme
- ◆ Apprécier dans quelle mesure les objectifs du programme de prévention ont été atteints
 - > nombre d'actions de sensibilisation réalisées
 - > nombre de personnes sensibilisées (directement / indirectement)
- ◆ Répondre aux attentes et aux exigences des financeurs et des décideurs
- ◆ Informer les publics visés et les médias des retombées des actions de prévention
- ◆ Capitaliser l'expérience sous forme de bonnes pratiques



Méthodologie générale



Méthodologie générale



Activités

◆ Objectifs

- > Suivi du projet "au jour le jour"
- > Comparaison réalisations / objectifs fixés



Activités

◆ Outils

- > Indicateurs de suivi
- > Base de données :
 - type d'évènement
 - lieu (commune), date
 - nombre de brochures distribuées
 - nombre de personnes touchées (directement, indirectement)
 - etc.

N° Ev	N° Dos	Nom personne	Date évolution	Commentaire évolution	Type évolution	N° Cont	contrat_evol	associatif	public	p
3270	1438	Lefebvre	23/02/2004	Première action brochures act	dépôt de docum	93	Intersud			supen
3271	1439	Lefebvre	23/02/2004	Première action brochures act	dépôt de docum	93	Intersud			supen
3272	1440		26/02/2004			93				
3282	1443	Delire	29/02/2004	conf débat - 62 personnes	conférence-déb	93	lpalle			
3283	1444	Delire	2/03/2004	conf débat pour le personnel é	conférence-déb	93	lpalle			
3284	1446	Delire	25/02/2004	stand dans galerie commerçai	événement	93	lpalle			
3300	1450	Delire	1/03/2004	mini-séminaire de formation su	formation	93	lpalle			
3314	1451	Godeau	16/03/2004	Demande d'organiser une conf	téléphone	93	lpalle			
3322	1453	Delire	16/03/2004	peu de monde mais bons cont	conférence-déb	93	lpalle			
3324	1454	Delire	19/03/2004	conf. 3 candidats GC	conférence-déb	93	lpalle			
3327	1455	Delire	22/03/2004	conf débat, cercle de contact	conférence-déb	93	lpalle			
3332	1456	Delire	25/03/2004	présentation campagne et coll	rencontre respo	93	lpalle			
3388	1456	Delire	26/05/2004	conférence aux étudiants de d	conférence-déb	93	lpalle			
3389	1456	Delire	9/05/2004	conférence débat dans le cadr	conférence-déb	93	lpalle			
3406	1456	Delire	10/11/2004	préparation du projet des minis	formation	93	lpalle			
3413	1456	Delire	16/12/2004	préparation projet minis guides	rencontre respo	93	lpalle			
3333	1457	Delire	1/04/2004	présentation campagne - colla	rencontre respo	93	lpalle			
3392	1457	Delire	15/05/2004	stand dans le cadre des porte	événement	93	lpalle			
3337	1458	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3338	1459	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3339	1460	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3340	1461	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3341	1462	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3342	1463	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3343	1464	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3344	1465	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3345	1466	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3346	1467	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3347	1468	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3348	1469	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3349	1470	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3350	1471	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3351	1472	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr
3352	1474	Lefebvre	1/04/2004	Premier dépôt de la brochure é	dépôt de docum	93	Intersud			pharr



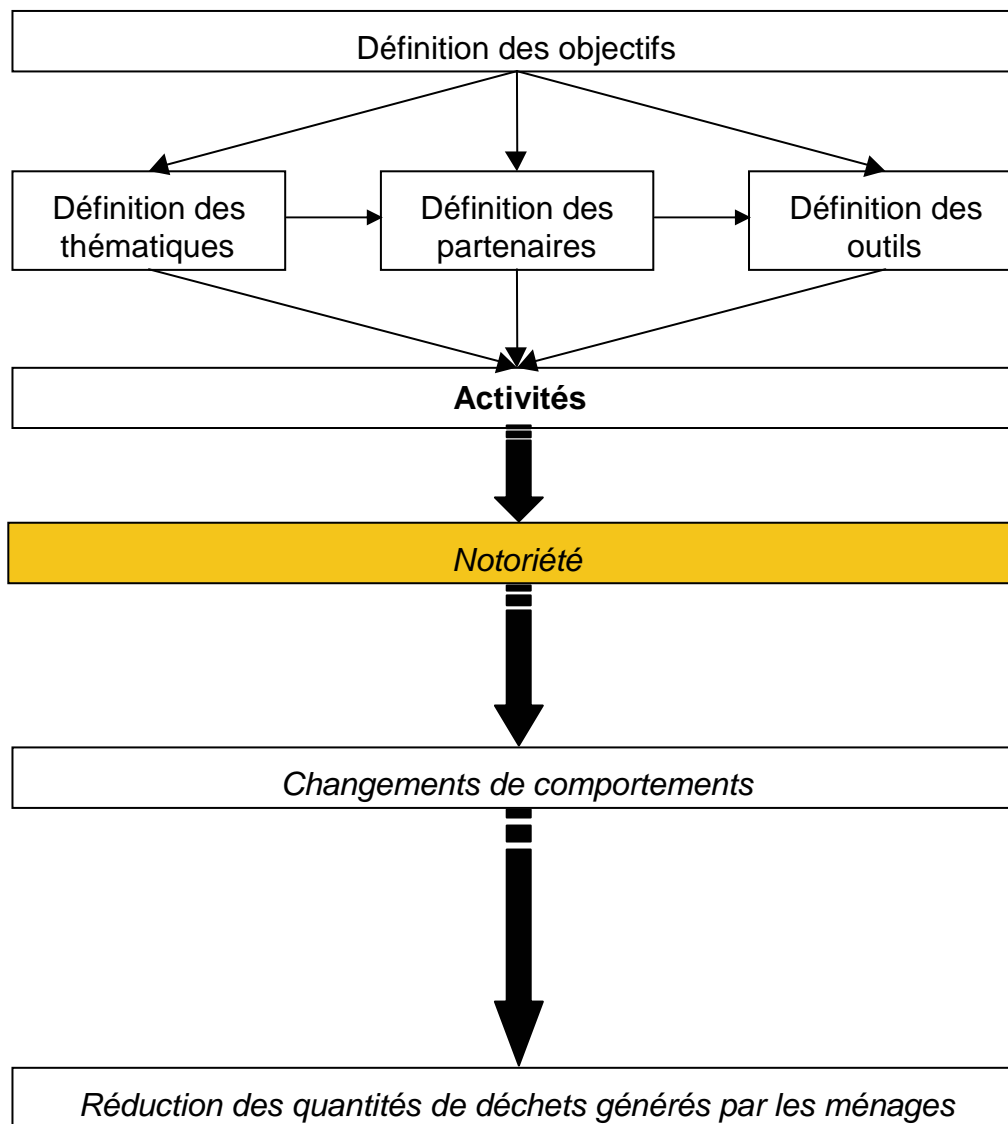
Activités

◆ Résultats

> tableau de bord ventilé par { thématique } et par période
 { partenaire }
 { outil }

Indicateurs	Résultats antérieurs	Résultats du semestre			Résultats cumulés
		<i>Belgique</i>	<i>France</i>	<i>Total</i>	
Nombre de brochures distribuées	392.202	21748	12919	34667	426.869
Nombre de personnes touchées directement (1)	67.284	4054	7660	11714	78.998
Nombre de personnes touchées indirectement (2)	294.793	13280	14000	27280	322.073
Nombre de personnes touchées directement et indirectement	362.077				401.071
Nombre d'associations partenaires touchées directement	1.201	30	130	160	1361
Nombre de commerçants partenaires rencontrés	281				281
Nombre de supermarchés partenaires					
(nombre de chaînes contactées)	280				280
Nombre de formations données	28	2		2	30
Nombre de personnes formées	414	31		31	445
Nombre d'événements locaux auxquels nous avons participé	215	14	85	99	314
Nombre de personnes touchées lors d'événements	37.145	3120	5200	8320	45465
Nombre d'articles de presse	297	18	4	22	319
Nombre de reportages télévisés	19	2	1	3	22
Nombre de coupons-réponses renvoyés par les citoyens	696		15	15	711
Nombre de visites du site internet	44.292			12757	57049
Nombre de brochures téléchargées	10.498			3505	14003
Nombre d'enquêtes de comportement	8.072			s.o.	8072

Méthodologie générale



Notoriété

◆ Objectifs

- > Connaissance de la campagne et des outils
- > Evolution au cours du temps



Notoriété

◆ Outils

- > *Ipalle et Intersud* : sondages téléphoniques récurrents (2003, 2004, 2006)
- > *LMCU* : sondages en porte-à-porte récurrents (2005, 2006)
- > Sondages spécifiques

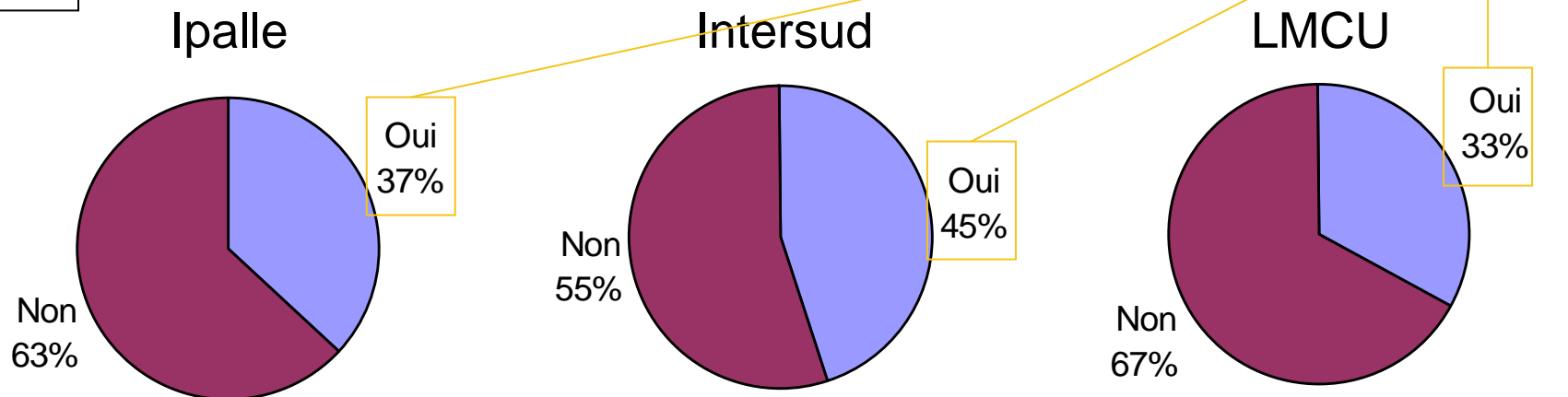


Notoriété

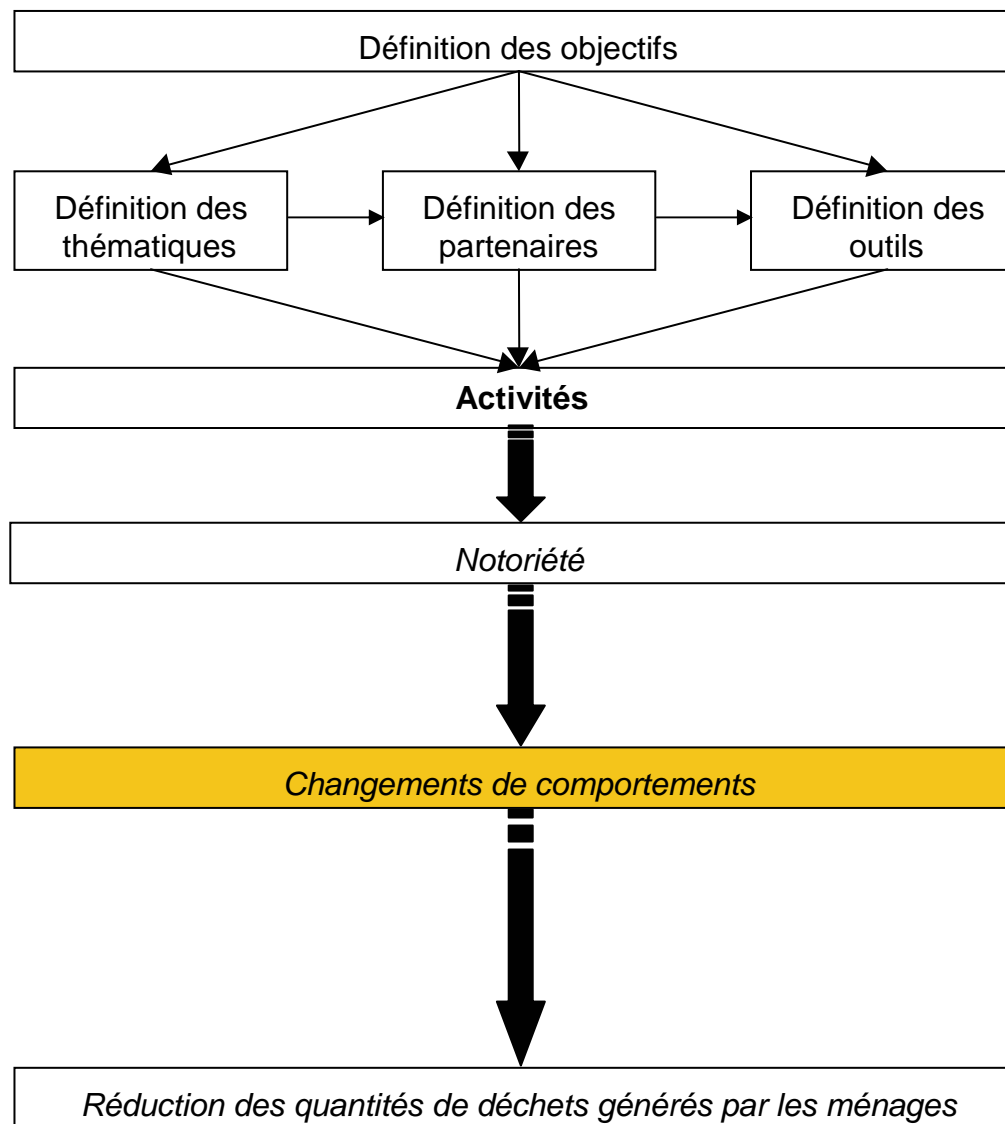
◆ Résultats

- > Proportion de la population (par zone du projet) déclarant connaître la campagne, les outils, etc.
- > Ex : *Connaissez-vous la campagne "Acheter malin, c'est jeter moins" ?*

2006



Méthodologie générale



Changements de comportements

◆ Objectifs

- > Mesurer les changements de comportements effectifs engendrés par la campagne
- > Par thématique (achats, eau du robinet, compostage, etc.)



Changements de comportements

◆ Outils

- > *Ipalle et Intersud* : sondages téléphoniques récurrents (2003, 2004, 2006)
- > *LMCU* : sondages en porte-à-porte récurrents (2005, 2006)
- > Sondages spécifiques



Changements de comportements

◆ Résultats

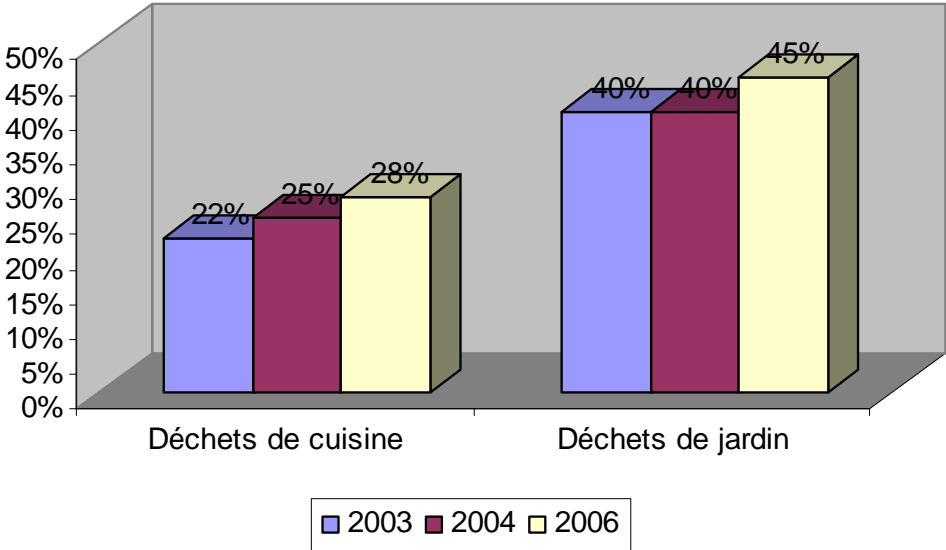
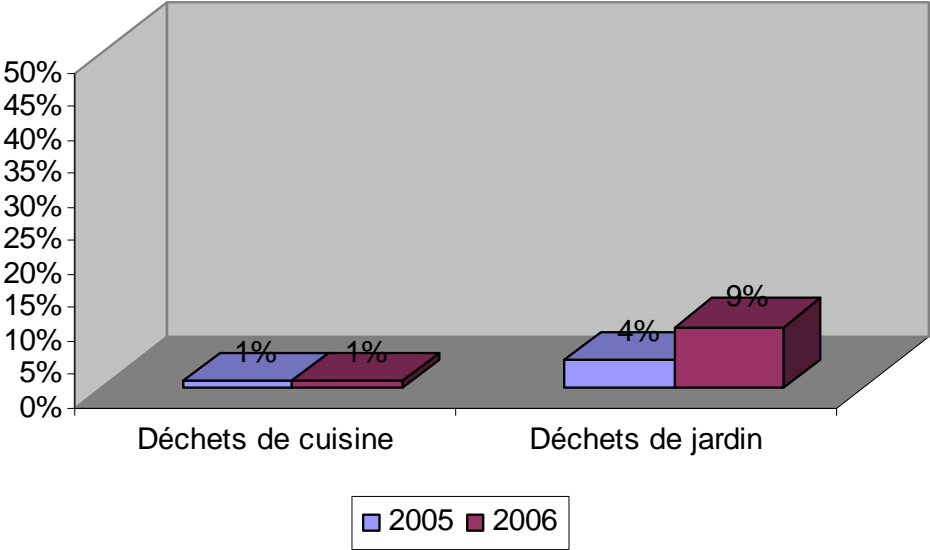
- > Proportion de la population (par zone du projet) déclarant se comporter de telle ou telle façon
- > Evolution des résultats au cours du temps
- > Précaution : tendances générales (B/F) à prendre en compte dans l'interprétation des résultats



Changements de comportements

◆ Résultats :

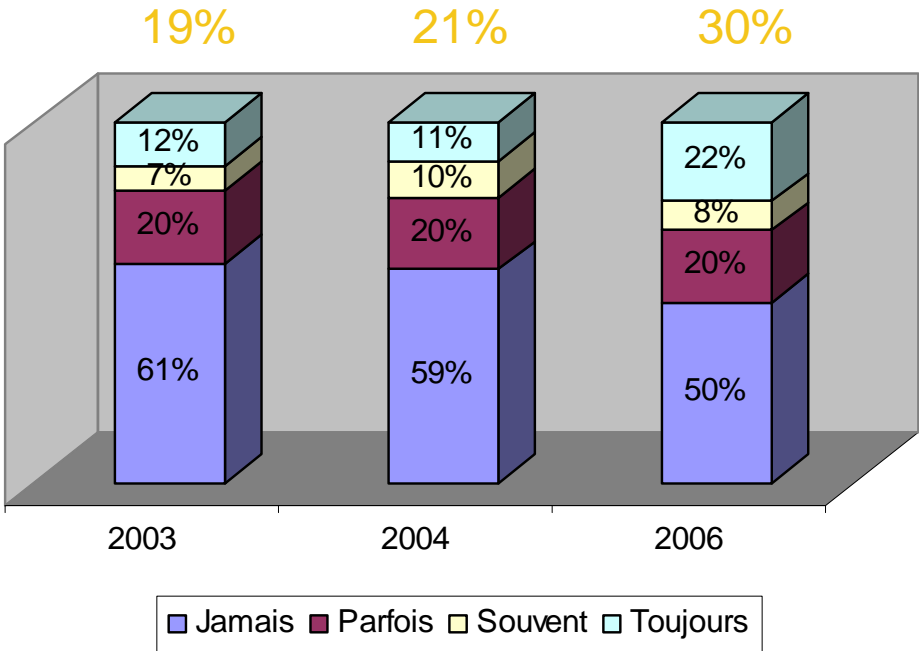
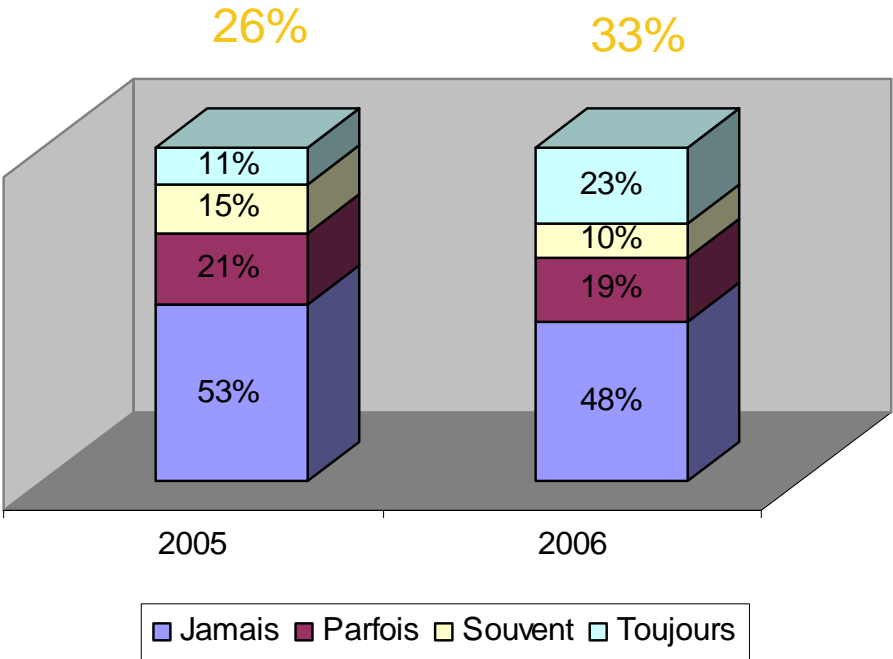
Compostage des déchets de cuisine et de jardin



Changements de comportements

◆ Résultats :

Consommation d'eau du robinet comme eau de boisson



Changements de comportements

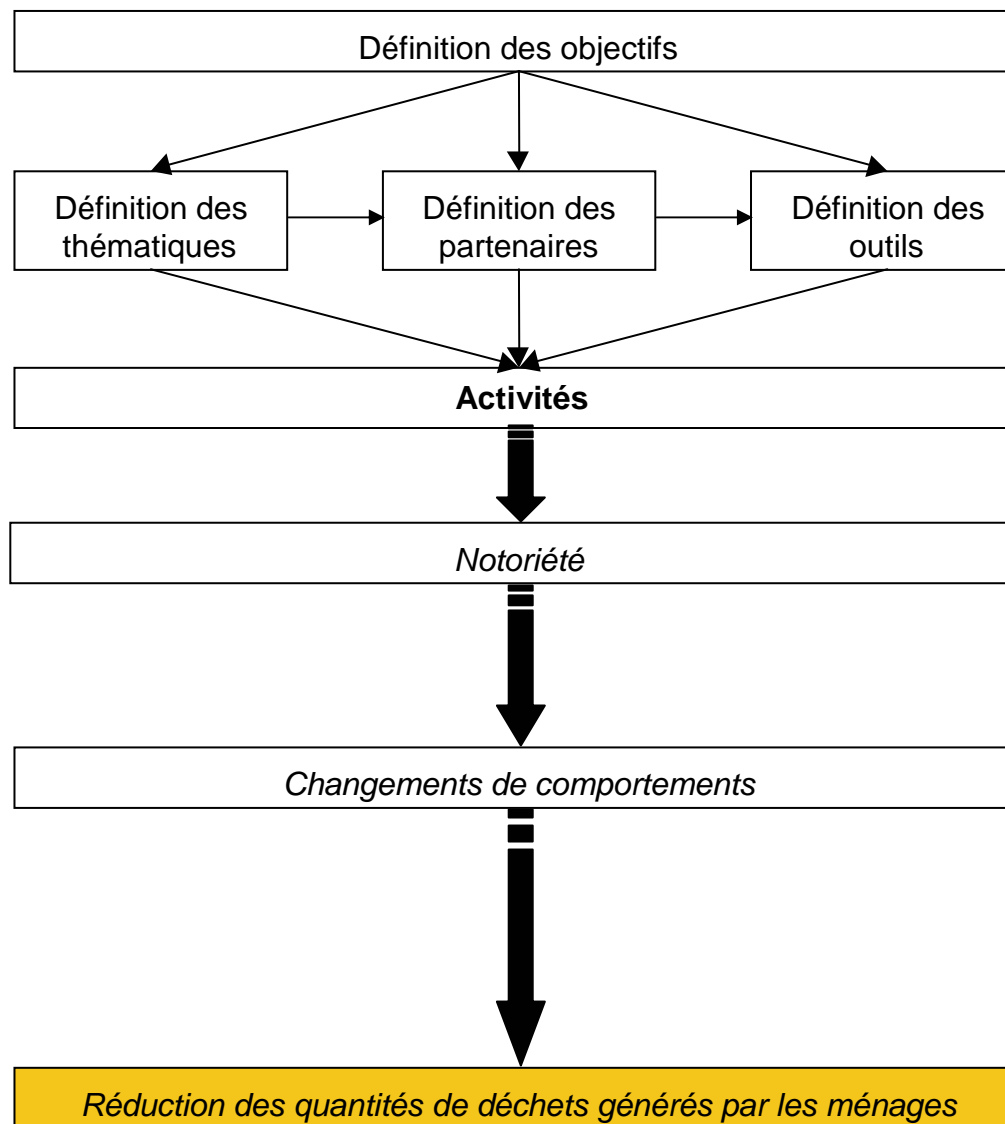
◆ Résultats :

les achats, la réutilisation, la dématérialisation, etc.

⇒ difficulté d'extraire des tendances et de faire le lien avec la campagne !



Méthodologie générale



Les quantités de déchets

◆ Objectifs

- > Mesurer les éventuelles réductions de déchets engendrés par la campagne



Les quantités de déchets

◆ Outils

> Analyse multicritères :

Objectif : comparer les quantités de déchets collectés dans une commune sur laquelle des actions ont été menées et une commune moyenne "comparable"

→ Typologie de commune suivant des critères jugés pertinents et non redondants

Ex : population, superficie, revenu/habitant, degré d'urbanisation, degré d'instruction, taille du ménage, disposition d'un jardin, systèmes de gestion des déchets, etc.



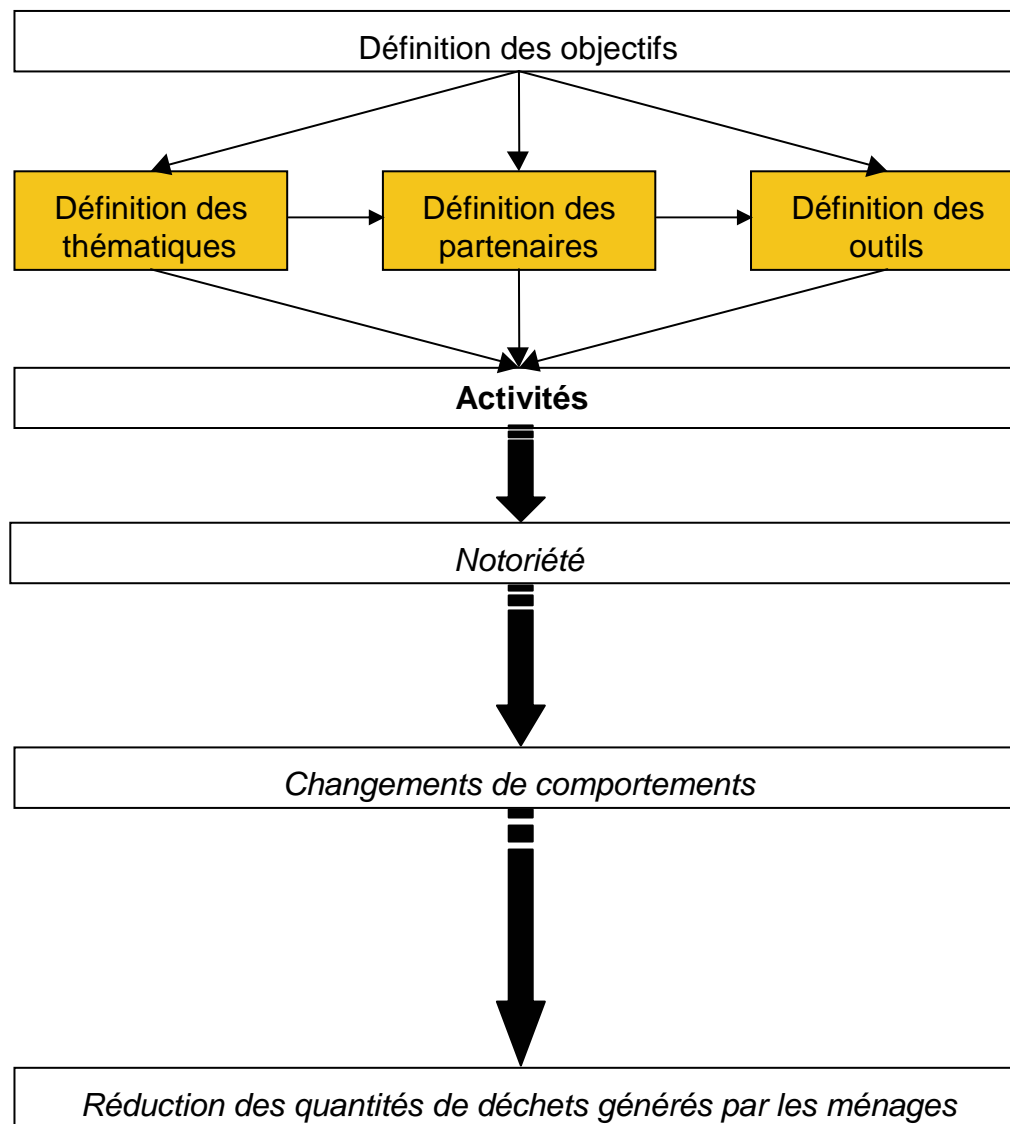
Les quantités de déchets

◆ Résultats :

- > Difficultés rencontrées et limites :
 - données manquantes
 - comparaison délicate (notion de communes "similaires")
 - données non disponibles pour le territoire français
- > Etude multicritères de la Région wallonne (RDC/IGEAT)
- > Potentiel de réduction



Méthodologie générale



Evaluation en amont des actions

◆ Réflexion sur :

- > les thématiques de travail
- > la méthode du partenariat
- > les outils et méthodes utilisés dans le cadre des actions

◆ Prise de recul par rapport à notre travail

◆ Recherche d'optimisation



Evaluation des thématiques

- ◆ Réflexion sur les thématiques de travail
- ◆ Potentiel de réduction
- ◆ Développement de nouvelles thématiques :
 - > Réemploi
 - > Dématérialisation
 - > Gaspillage, gestion écologique du jardin, etc.



Evaluation du partenariat

◆ Réflexion sur l'évolution du travail avec les partenaires du projet

➔ Ex : partenariat avec la grande distribution
(évolution du partenariat avec le magasin
Leclerc de Wattrelos)



Evaluation des outils

- ◆ Réflexion sur les outils développés dans le cadre des actions
- ◆ Etudes spécifiques
 - Ex : - Etiquettes
 - Conférences débats



Evaluation des outils

◆ Etiquettes

> Evaluation quantitative :

- Sondages récurrents en sortie de magasins
- Analyse des chiffres de ventes

> Evaluation qualitative :

- Focus groups avec des clients du magasin



Evaluation des outils

◆ Conférences débats

> Suivi des personnes ayant assisté aux conférences débats :

- avant la conférence débat
- juste après la conférence débat
- 1 an après la conférence débat



Conclusions

- ◆ Processus permanent
- ◆ Evaluation à différents niveaux
 - > projet / action / outil / etc.
- ◆ Souci d'amélioration continue
- ◆ Evaluation finale du projet en cours

