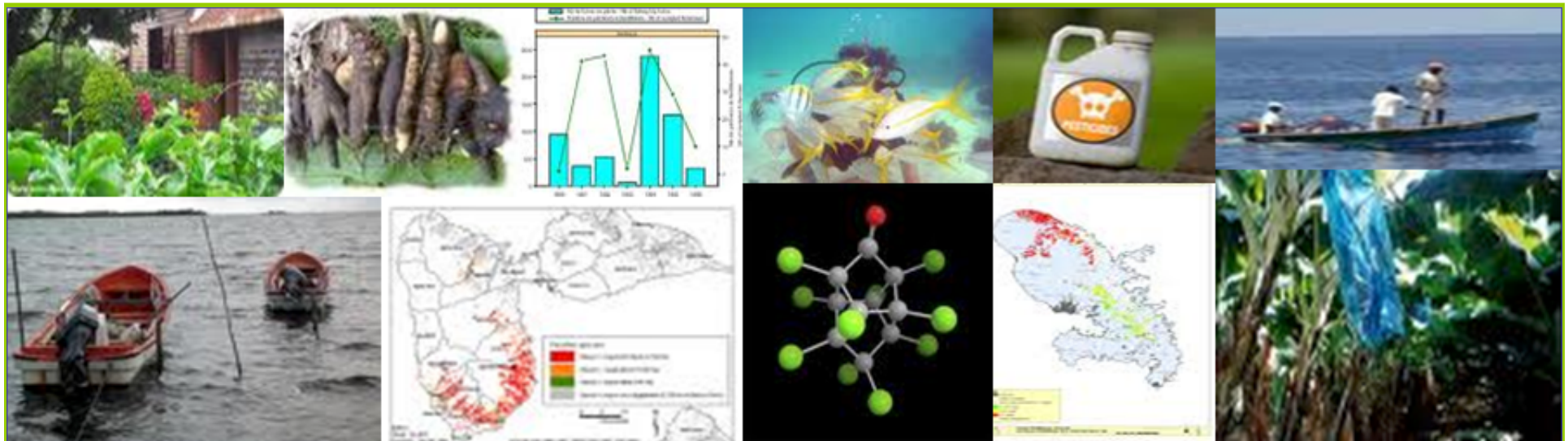




# Enquête sur la pénétration des produits phytosanitaires en Martinique

Août 2011





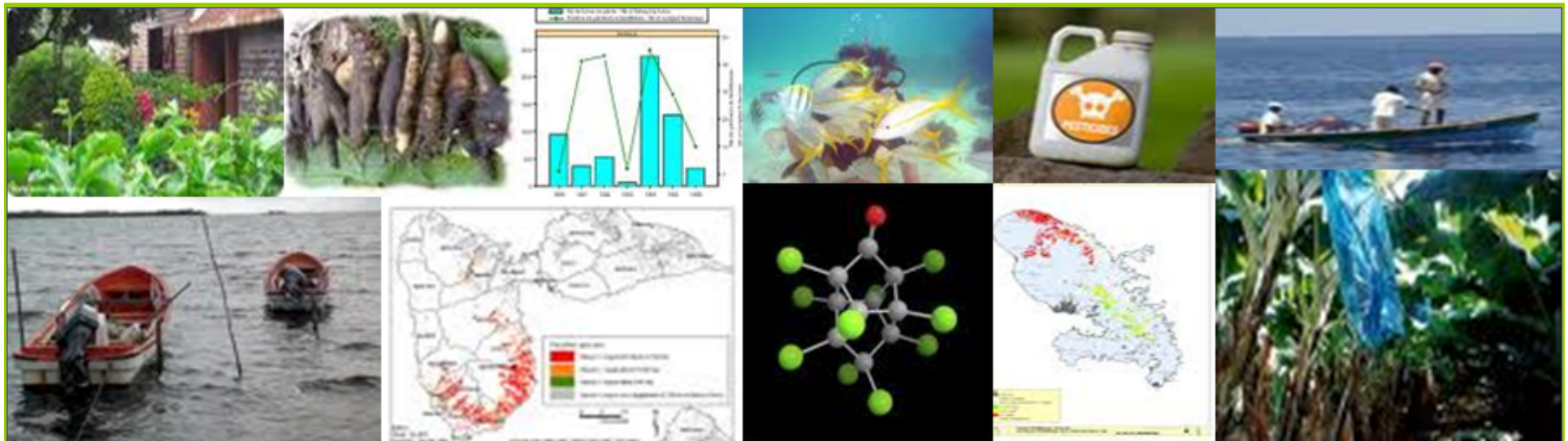
# Sommaire

---

1. PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	2
2. RÉSULTATS	5
3. FICHE TECHNIQUE	12
ANNEXES	16



# 1. Présentation de l'étude



- Dans le cadre du plan Ecophyto, **l'ODE envisage de réaliser une étude pour évaluer les usages de produits phytosanitaires par les particuliers ainsi que leur perception du risque pour l'environnement.**
  
- Pour définir le cahier des charges de cette étude et notamment le nombre de personnes à interviewer pour avoir des résultats suffisamment robustes, les responsables de l'ODE ont souhaité **connaître le taux d'utilisateurs de produits phytosanitaires au sein de la population Martiniquaise**, notamment en privilégiant les habitants possédant un jardin.
  
- Les objectifs de l'étude étaient les suivants:
  - **Evaluer la pénétration des produits phytosanitaires en Martinique**
  - **Définir un profil des utilisateurs de ces produits**
  
- Les pages qui suivent présentent les éléments de réponse apportés par l'Omnibus à cette problématique.



# Rappel de la méthodologie

---

**Méthodologie** : enquête téléphonique en CATI (Computer Assisted Telephonic Interviews) – Renseignement des questionnaires en temps réel sans support papier.

**Période d'enquête** : du 07 Juillet au 03 Août 2011.

**Lieu** : Martinique.

**Échantillon Omnibus** : 500 individus représentatifs des individus de 15 ans et plus résidents permanents en Martinique (quotas sur sexe, âge et PCS de l'individu, après stratification géographique).

**Exploitation** : Dans un souci de confort de lecture, les résultats seront arrondis au pourcentage le plus proche. Ainsi, les totaux peuvent être différents de 100% en raison des cumuls d'arrondis.

---

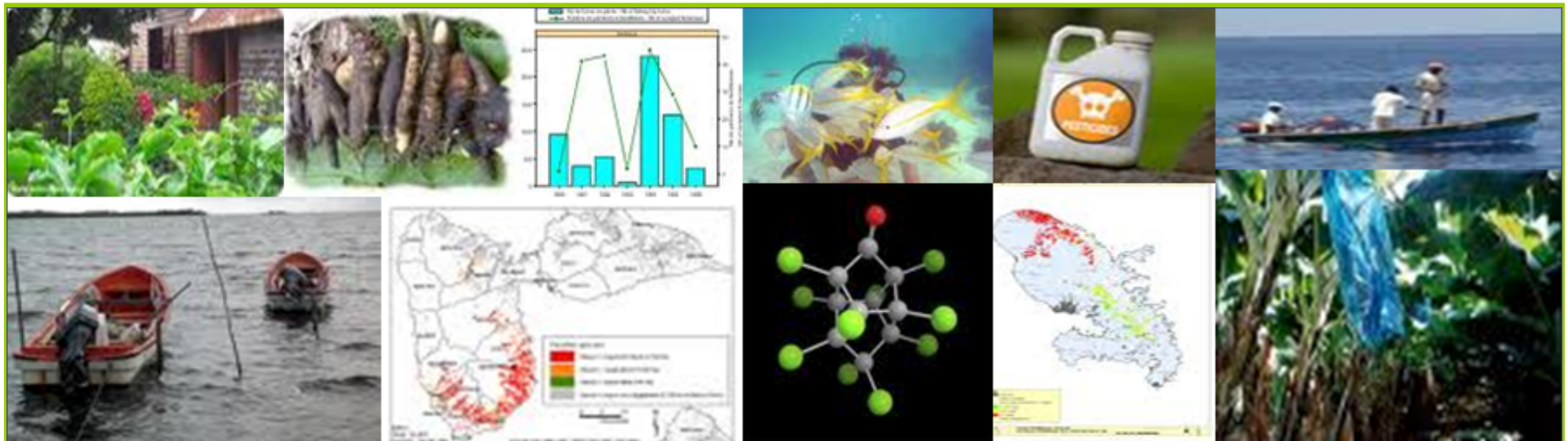
**Echantillon Retenu** : 500 martiniquais de 15 ans et plus.

**Marge d'erreur de ce rapport** : +/- 4,5% pour 500 individus.





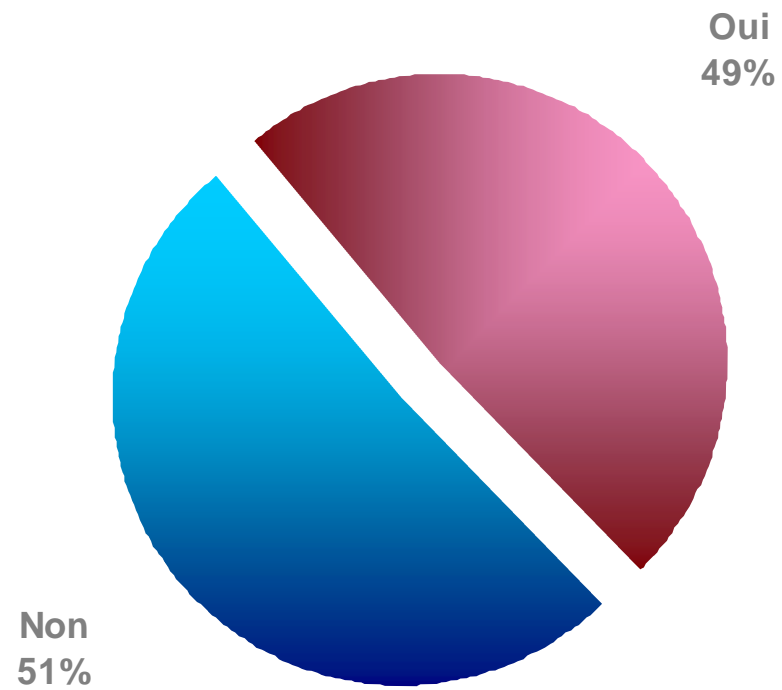
## 2. Résultats



# Possession jardin

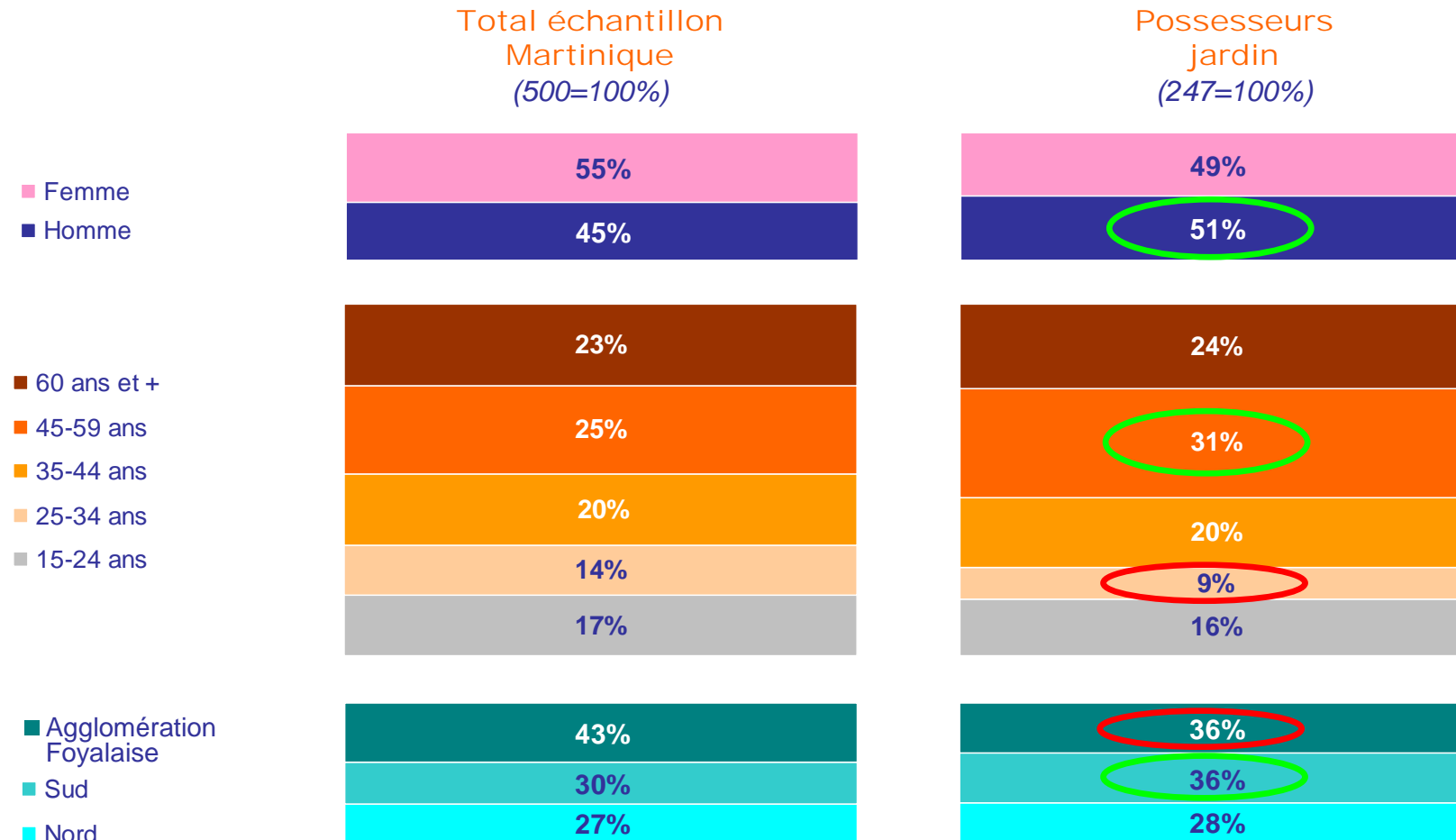
---

« Possédez-vous un jardin? »



Base : Total échantillon, soit 500 personnes interrogées

# Profil des possesseurs de jardin





# Profil des possesseurs de jardin

Total échantillon  
Martinique  
(500=100%)

Possesseurs  
jardin  
(247=100%)

■ Agriculteurs exploitants, Artisans, commerçants, Chefs d'entreprise, Cadres, Professions libérales

■ Profession intermédiaire

■ Employé

■ Ouvrier (y compris agricole)

■ Scolaire / étudiant

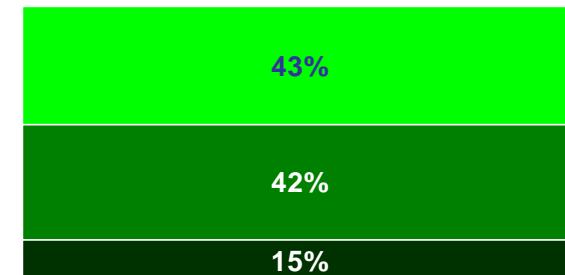
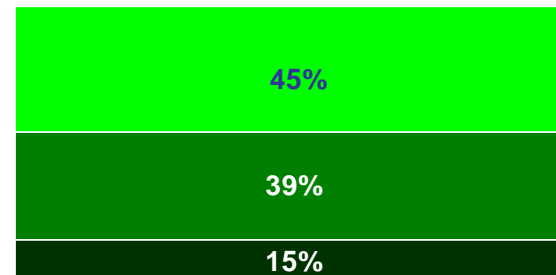
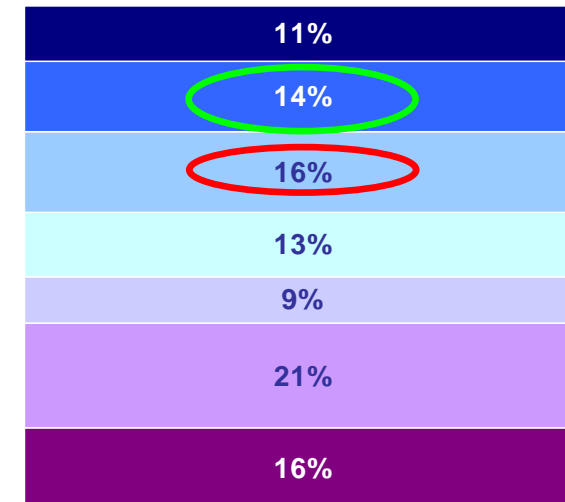
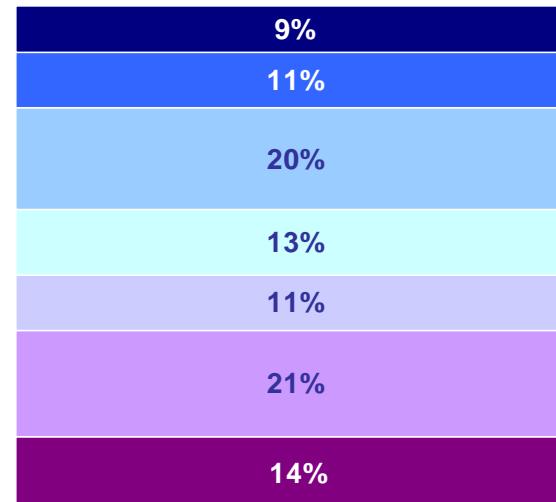
■ Retraités Préretraités

■ (Autres sans emploi)

■ Foyer de 1 ou 2 pers.

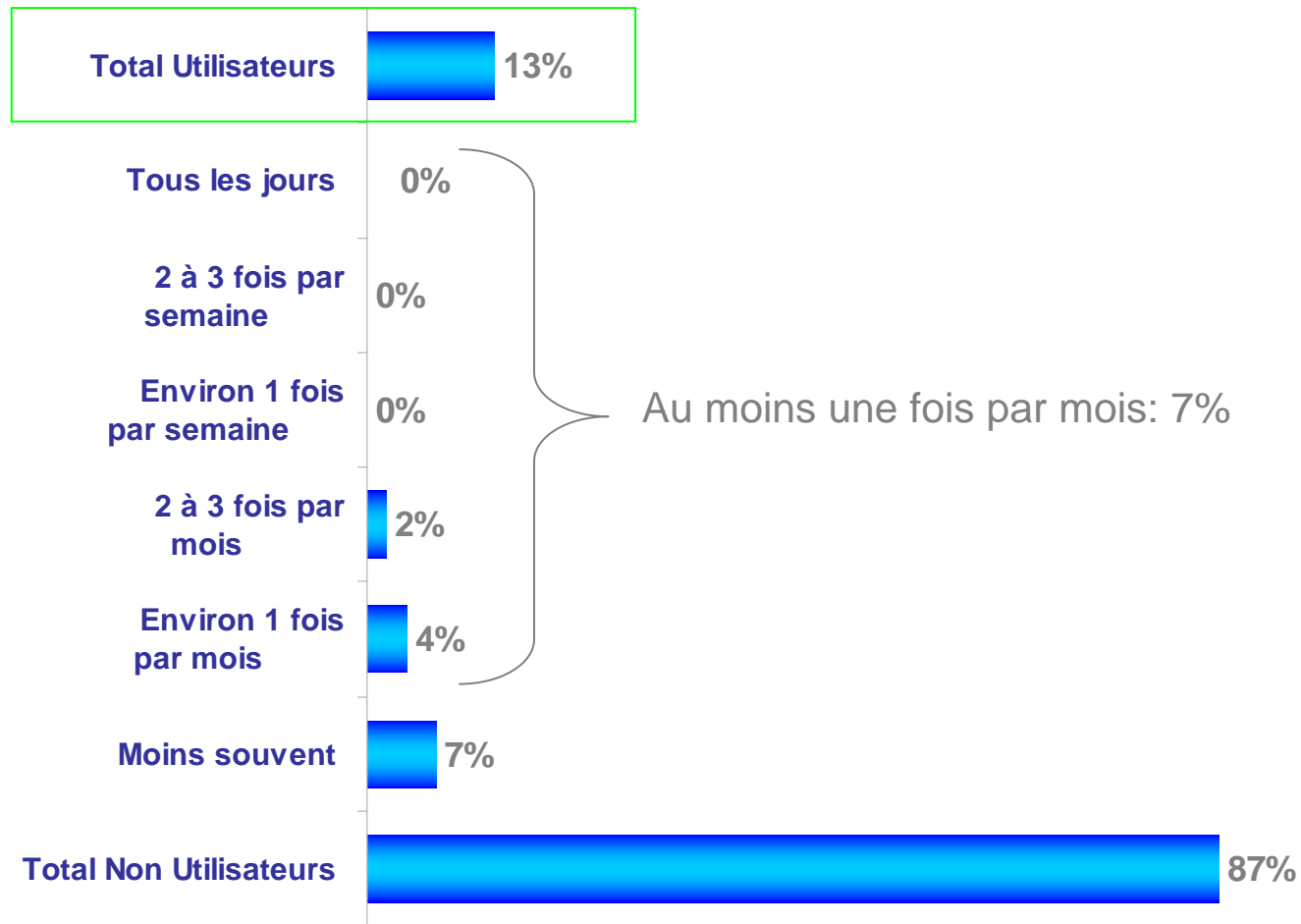
■ Foyer de 3 ou 4 pers.

■ Foyer de 5 pers. ou +



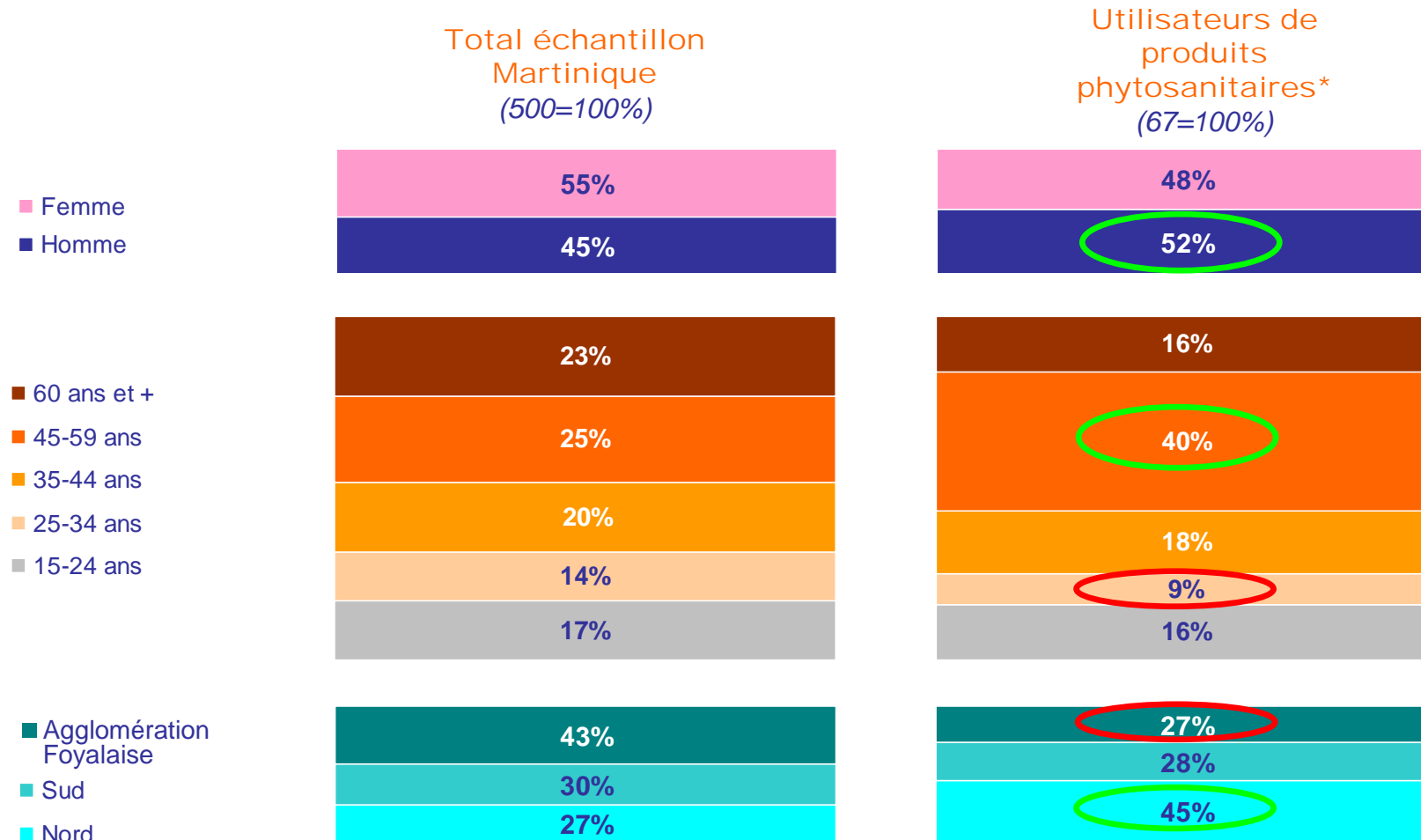
# Utilisation de produits phytosanitaires

« Et diriez-vous que vous utilisez des produits phytosanitaires (comme des désherbants ou des antiparasitaires)... ? »



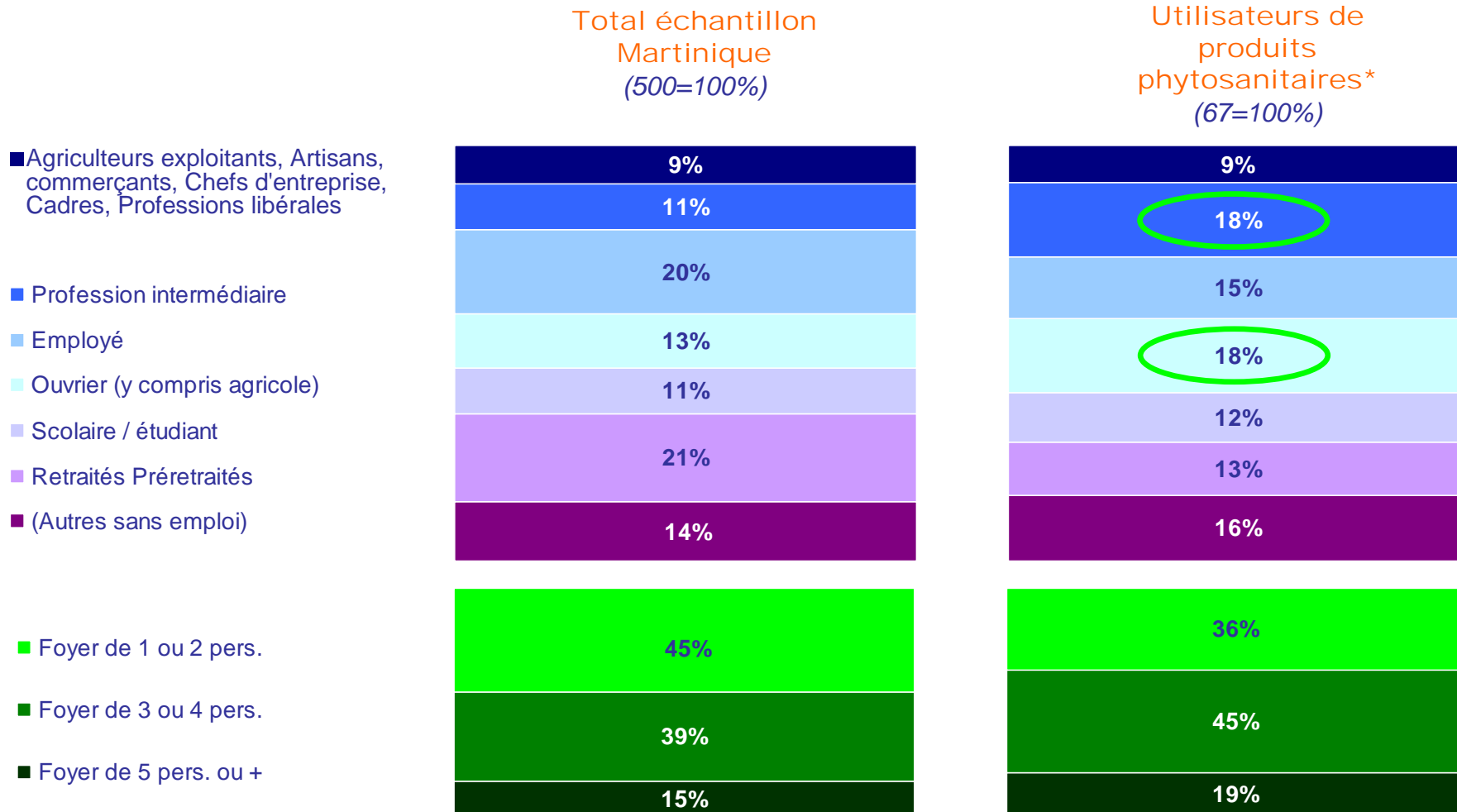
Base : Total échantillon, soit 500 personnes interrogées

# Profil des utilisateurs de produits phytosanitaires



\*Attention, fiabilité limitée des résultats compte tenu de la faiblesse du sous-échantillon considéré

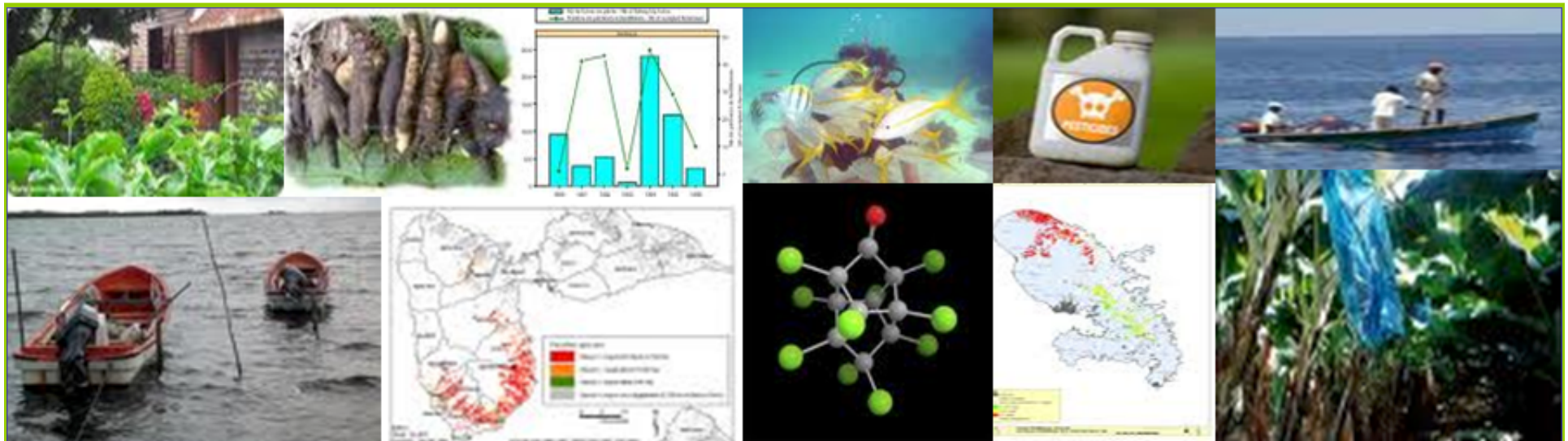
# Profil des utilisateurs de produits phytosanitaires



\*Attention, fiabilité limitée des résultats compte tenu de la faiblesse du sous-échantillon considéré



### 3. Fiche technique





# Collecte des données

---

- La collecte des données a été effectuée par téléphone du 7 Juillet au 03 Août 2011 en Martinique.
- La saisie et le contrôle des informations collectées ont été effectués en temps réel par 20 télé-actrices en Martinique placées sous la responsabilité d'un superviseur et d'un chargé d'études spécialisé, sur matériel IBM/PC et logiciel CATI exclusif IPSOS DOM/CONVERSO (sans support papier donc).
- La formation spécifique à l'exécution de l'enquête (briefing, tests de compréhension, tests d'administration...) a eu lieu le 7 Juillet 2010.
- Chaque télé-actrice était munie d'une note précisant le droit des enquêtés et d'un document définissant les catégories socio-professionnelles conventionnelles.
- On trouvera en annexe copie des principaux documents utilisés pour ce sondage.

# Table des intervalles de confiance

Base de % m	RESULTATS OBTENUS																			
	f ≤ 50% ou f ≥ 50%	3% ou 97%	5% ou 95%	6% ou 94%	8% ou 92%	10% ou 90%	13% ou 87%	15% ou 85%	18% ou 82%	20% ou 80%	22% ou 78%	25% ou 75%	26% ou 74%	28% ou 72%	30% ou 70%	33% ou 67%	35% ou 65%	40% ou 60%	45% ou 55%	50%
100	2,6	3,4	4,4	4,8	5,4	6	6,8	7,2	7,6	8	8,2	8,6	8,8	9	9,2	9,4	9,6	9,8	10	10
200	2	2,4	3,1	3,4	3,8	4,3	4,8	5,1	5,4	5,7	5,8	6,1	6,2	6,4	6,5	6,7	6,8	6,9	7,1	7,1
250	1,7	2,1	2,8	3	3,4	3,8	4,3	4,5	4,8	5	5,2	5,4	5,5	5,7	5,8	5,9	6	6,2	6,3	6,3
300	1,6	2	2,5	2,8	3,1	3,5	3,9	4,2	4,4	4,6	4,75	5	5,1	5,2	5,3	5,5	5,6	5,7	5,8	5,8
350	1,5	1,8	2,3	2,5	2,9	3,2	3,6	3,8	4	4,2	4,3	4,55	4,7	4,8	4,9	5	5,1	5,2	5,3	5,3
400	1,4	1,7	2,2	2,4	2,7	3	3,4	3,6	3,8	4	4,1	4,3	4,4	4,5	4,6	4,7	4,8	4,9	5	5
500	1,3	1,5	2	2,2	2,4	2,7	3	3,2	3,4	3,6	3,7	3,9	4	4	4,1	4,2	4,3	4,4	4,5	4,5
600	1,1	1,4	1,8	2	2,2	2,4	2,8	3	3,1	3,3	3,4	3,5	3,6	3,7	3,8	3,85	3,9	4	4,1	4,1
700	1	1,3	1,7	1,8	2,05	2,3	2,6	2,7	2,9	3	3,1	3,3	3,35	3,4	3,5	3,6	3,65	3,7	3,8	3,8
800	1	1,2	1,5	1,7	1,9	2,1	2,4	2,5	2,65	2,8	2,9	3	3,1	3,15	3,2	3,3	3,35	3,4	3,5	3,5
900	0,9	1,1	1,45	1,6	1,8	2	2,25	2,4	2,5	2,65	2,7	2,85	2,9	3	3	3,1	3,15	3,2	3,3	3,3
1 000	0,8	1	1,4	1,5	1,7	1,8	2,1	2,25	2,35	2,5	2,55	2,65	2,7	2,8	2,85	2,9	3	3	3,1	3,1
1 200	0,8	0,9	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	2,1	2,2	2,3	2,4	2,5	2,55	2,6	2,65	2,7	2,8	2,85	2,9	2,9
1 500	0,7	0,9	1,15	1,25	1,4	1,5	1,75	1,85	2	2,1	2,15	2,25	2,3	2,35	2,4	2,45	2,5	2,55	2,6	2,6
1 800	0,6	0,8	1,05	1,1	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	1,9	1,95	2,02	2,7	2,1	2,15	2,2	2,25	2,3	2,35	2,35
2 000	0,6	0,75	1	1,1	1,2	1,3	1,5	1,6	1,7	1,8	1,85	1,95	2	2	2,1	2,1	2,15	2,2	2,25	2,25
2 500	0,5	0,7	0,9	0,95	1,1	1,2	1,35	1,45	1,5	1,6	1,65	1,7	1,75	1,8	1,85	1,9	1,9	1,95	2	2
3 000	0,5	0,6	0,8	0,85	1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,45	1,5	1,55	1,6	1,6	1,65	1,7	1,7	1,75	1,8	1,8
3 500	0,5	0,6	0,75	0,8	0,9	1	1,15	1,2	1,3	1,35	1,4	1,45	1,5	1,5	1,55	1,6	1,65	1,65	1,7	1,7
4 000	0,4	0,5	0,7	0,75	0,85	0,9	1,1	1,15	1,2	1,3	1,3	1,35	1,4	1,45	1,5	1,5	1,55	1,6	1,6	1,6
4 500	0,4	0,5	0,65	0,7	0,8	0,9	1	1,1	1,15	1,2	1,25	1,3	1,3	1,35	1,4	1,4	1,45	1,5	1,5	1,5
5 000	0,4	0,5	0,6	0,7	0,75	0,8	0,95	1	1	1,1	1,15	1,2	1,25	1,25	1,3	1,3	1,35	1,4	1,4	1,4
7 500	0,3	0,4	0,5	0,6	0,65	0,7	0,8	0,85	0,9	0,95	1	1,05	1,05	1,1	1,1	1,1	1,15	1,2	1,2	1,2
10 000	0,3	0,34	0,44	0,45	0,54	0,6	0,68	0,77	0,78	0,8	0,82	0,86	0,88	0,9	0,92	0,94	0,96	0,98	1	1



## Marge d'incertitude pour 500 cas

---

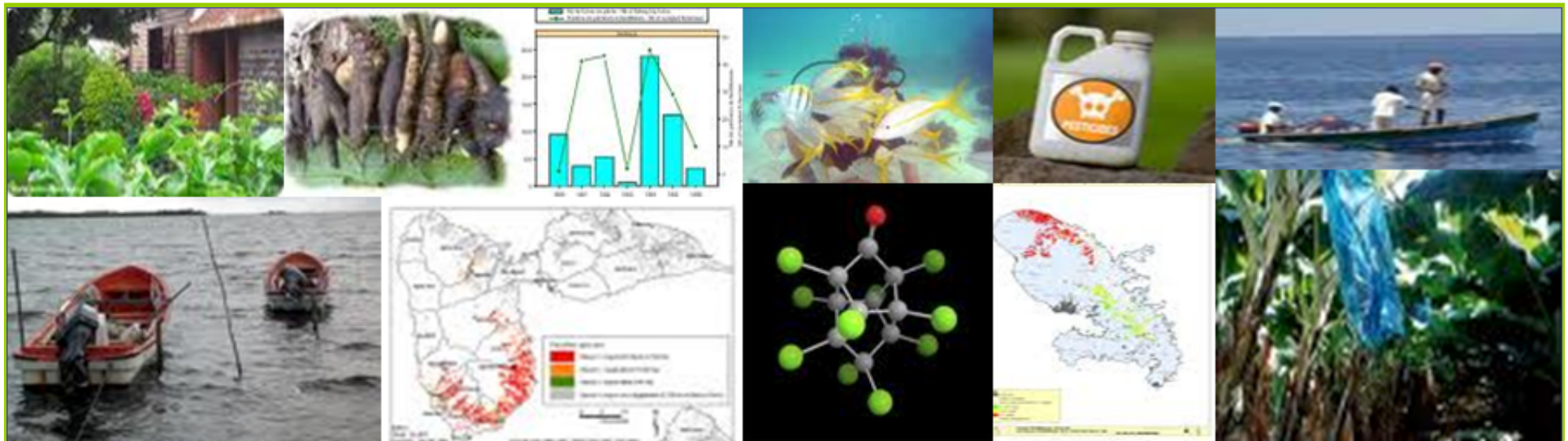
- Pour un échantillon de 500 cas, les marges d'erreur suivantes peuvent être utilisées pour les pourcentages correspondants avec une probabilité de 95 :

% trouvé	% d'erreur aléatoire maximum
10 .....	± 2,7
20 .....	± 3,6
30 .....	± 4,1
40 .....	± 4,4
50 .....	± 4,5
60 .....	± 4,4
70 .....	± 4,1
80 .....	± 3,6
90 .....	± 2,7

- En d'autres termes, pour une option recueillant par exemple 43 % des réponses, il y a 95 chances sur 100 que des sondages répétés fassent apparaître des résultats dont la dispersion sera comprise entre 38,6 % et 47,4 %.



# Annexes



- ANNEXE 1 : Avertissement
- ANNEXE 2 : Exemple de plan de travail
- ANNEXE 3 : Fiche de gestion des appels
- ANNEXE 4 : Définitions conventionnelles des catégories professionnelles
- ANNEXE 5 : Regroupements conventionnels des communes
- ANNEXE 6 : Une étude de marché : pour qui, comment et pour quoi faire ?
- ANNEXE 7 : Les principales règles respectées dans les enquêtes

- **Toute étude par sondage fait l'objet d'un certain nombre de limitations.**
- **Cet omnibus ne fait pas exception à la règle et la lecture de ce document est à rapprocher des principales restrictions suivantes :**
  - L'échantillon retenu pour l'omnibus 2011 est représentatif de l'ensemble de la population de plus de 14 ans vivant à la Martinique au moment de l'étude, avec une marge d'erreur statistique liée à la taille de l'échantillon.
  - En conséquence, il est clair que ne sont pas pris en compte ni les jeunes de moins de 15 ans ni les populations migrantes (touristes par exemple).
  - Le médium téléphone utilisé pour le recueil d'informations de cette étude présente de grands avantages, liés notamment à la rapidité de sa mise en œuvre grâce à laquelle les délais habituels de réalisation d'un sondage peuvent être raccourcis de façon considérable. Cependant, il convient de rappeler que, par sa nature même, ce médium exclut certaines populations (non équipés, lignes en dérangement, filtrage des communications, répondants...) et qu'il n'est guère approprié pour l'administration d'un questionnaire approfondi. Ceci explique notre parti-pris de relative concision.
- Compte tenu de la faiblesse numérique de certains sous-échantillons, nous avons procédé, sur plusieurs variables signalétiques, à une recodification des modalités de réponse afin d'en diminuer le nombre, ceci dans un souci de plus grande fiabilité statistique. Dans le même esprit, nous avons choisi de ne pas faire figurer dans ce rapport les résultats portant sur des sous-populations trop petites pour en tirer des informations raisonnablement fiables.
- Néanmoins, la systématisation du traitement informatique a pu entraîner l'édition de quelques représentations sous forme graphique ou de tableaux peu ou pas significatives, leur intérêt éventuel étant laissé à l'appréciation des utilisateurs de l'étude (étant entendu que, dans tous les cas, la fiabilité statistique est directement proportionnelle à la taille des échantillons ou sous-échantillons considérés – cf. intervalle de confiance en annexe).
- A l'issue de l'enquête, quelques écarts entre population visée et population trouvée ont été constatés. Pour assurer une meilleure représentativité de notre échantillon, il a donc été procédé à un redressement. Le détail de ce dernier figure dans la fiche technique.
- Enfin, précisons que les données de la présente étude sont conservées trois mois sur disque dur et deux ans sur CD-Rom ; il est donc possible aux promoteurs de la recherche de faire effectuer tous les tris complémentaires qu'ils jugeront nécessaires.





# Fiche de gestion des appels

ÉTUDE

Télé-enquêteur/ Téléacteur :  
Code : /\_/\_/\_

FICHE DE GESTION DES APPELS

Date du feuillet  
N° du feuillet

N° ordre	INTERWIEVE	1er appel	2ème appel	3ème appel	DI	Refus/ abandon	HQ	Fx N°	NR	OQP	Rappeler.....	rebut	OK	N° interview
											Le..... à.....			
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	1						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					2						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					3									
Tél: Nom - Prénom :	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn	4						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					5						L M M J V S D /_/_/_/h/_/_/_/mn			
					6									

© 2011 Ipsos

# Définitions conventionnelles des Catégories Socio-professionnelles

CSP	DÉFINITIONS
CSP + <b>Agriculteurs exploitants/ Artisans/ Commerçants/ Chefs d'entreprise/ Professions libérales/ Cadres</b>	Agriculteurs exploitants (petites, moyennes et grandes exploitations) Artisans, Commerçants et assimilés, Chefs d'entreprise Professions libérales Cadres de la fonction publique Professeurs, Professions scientifiques, Profession de l'information des arts et spectacles Cadres administratifs et commerciaux d'entreprises, Ingénieurs et Cadres techniques d'entreprises
	Professions intermédiaires Instituteurs et assimilés Professions intermédiaires de la santé et du travail social Clergé, religieux Professions intermédiaires administratives et commerciales des entreprises Techniciens Contremaîtres et agents de maîtrise
	Employés Employés civils et agents de service de la fonction publique Policiers et militaires Employés administratifs d'entreprises Employés de commerce Personnel des services directs aux particuliers
CSP - <b>Ouvriers</b>	Ouvriers qualifiés/ non qualifiés de type industriel et artisanal Chauffeurs/ livreurs Ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage ou transport Ouvriers agricoles
	Scolaires / Etudiants Elèves étudiants
	Retraités Retraités et pré- retraités ( <u>ayant auparavant exercé une activité professionnelle</u> )
	Autres sans emploi Chômeurs <u>n'ayant JAMAIS travaillé</u> Personnes au foyer Militaires du contingent Personnes diverses sans activité professionnelle (invalides Rmistes )

## CAS PARTICULIERS À CONNAITRE :

**Chômeurs** : ils doivent être classés :

- Parmi les ACTIFS, dans le groupe correspondant au dernier emploi exercé
- dans le groupe des « Autres sans emploi », SI ILS N'ONT JAMAIS TRAVAILLÉ

**Stagiaires et apprentis** : ils doivent être classés :

- En milieu professionnel, parmi les actifs, dans la catégorie correspondant à leur profession
- En milieu scolaire, (de l'AFPA par exemple), dans la catégorie « scolaires étudiants »

**Militaires du contingent** : ils sont classés en inactifs

**Fonctionnaires, informaticiens...** : ce type de réponses ne permet pas une codification de PCS ; il faut demander des précisions avant de noter votre réponse sur votre questionnaire.



# Regroupement conventionnel des communes

	ZONE DE RESIDENCE	COMMUNE
Martinique	NORD	AJOUPA-BOUILLON BASSE-POINTE BELLEFONTAINE CARBET FOND SAINT-DENIS GRAND-RIVIERE GROS-MORNE LORRAIN MACOUBA MARIGOT MORNE-ROUGE MORNE-VERT PRECHEUR ROBERT SAINTE-MARIE SAINT-PIERRE TRINITE
	AGGLOMERATION FOYALAISE	CASE PILOTE FORT-DE-FRANCE LAMENTIN SAINT-JOSEPH SCHOELCHER
	SUD	ANSE D'ARLET DIAMANT DUCOS FRANCOIS MARIN RIVIERE-PILOTE RIVIERE-SALEE SAINTE-ANNE SAINT-ESPRIT SAINTE-LUCE TROIS-ILETS VAUCLIN



# Une étude de marché : pour qui, comment et pour quoi faire ?

---

## Pourquoi êtes-vous consulté ?

- Un fabricant élabore un produit nouveau..... mais c'est vous en définitive qui l'utiliserez
- La télévision change ses programmes..... mais c'est aussi vous qui les regardez
- Des décisions importantes sont prises dans votre ville, votre commune, votre région..... mais c'est vous qu'elles concernent

## Comment faire pour que votre point de vue soit pris en compte ?

- Participer aux sondages d'opinions et aux études de marché qui sont précisément faits pour recueillir votre avis, faire connaître vos choix, vos préférences, vos critiques, vos suggestions
- C'est en répondant aux enquêteurs que vous participerez aux prises de décision importantes pour vous
- Ces enquêteurs peuvent solliciter votre participation à votre domicile, dans un magasin, dans la rue, à votre bureau, dans votre entreprise...

## Quels sont vos droits ?

- Vous pouvez demander aux enquêteurs ou enquêtrices un justificatif de leur fonction
- Vous êtes libre à tout moment d'arrêter l'interview si vous le désirez
- Vous pouvez refuser de répondre à certaines questions
- Vous avez le droit de savoir dans quel but vous êtes interrogé
- Vos enfants mineurs ne peuvent être interrogés qu'avec votre accord

## (cf. convention collective nationale et loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978)

- En aucun cas les enquêteurs n'essaieront de vendre quoi que ce soit aux personnes interrogées.
- Les personnes auprès desquelles sont recueillies des informations nominatives doivent être informées :
  - du caractère obligatoire ou facultatif des réponses
  - des conséquences à leur égard d'un défaut de réponse
  - des personnes physiques ou morales destinataires des informations
  - de l'existence d'un droit d'accès et de rectification.
- Il est interdit de mettre ou de conserver en mémoire informatisée, sauf accord exprès de l'interviewé, des données nominatives qui, directement ou indirectement, font apparaître les origines raciales ou les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou les appartenances syndicales des personnes.
- Toutes les informations dont les enquêteurs et enquêtrices ont connaissance dans l'exercice de leur profession sont couvertes par le secret professionnel auquel ils sont astreints, comme tout le personnel des sociétés d'études et de sondages.
- L'anonymat des réponses est toujours assuré car elles sont toujours traitées statistiquement et jamais de façon personnelle.
- Les noms et adresses servent uniquement à vérifier la qualité des enquêteurs.