MESURE D'IMPACT 2022

Journée de Sensibilisation
en Entreprise

RAPPORT D'ANALYSE

Version courte

SURFRIDER FOUNDATION

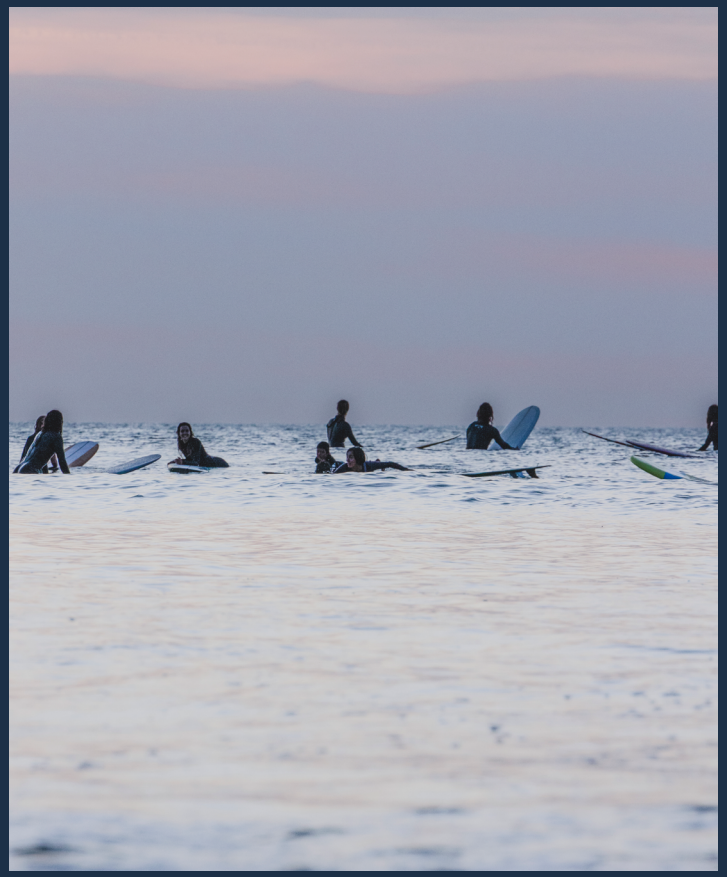


TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction
2. Surfrider et les JSE
3. Les enjeux de l'évaluation
4. Périmètre de l'étude
5. Méthodologie
6. Étapes de l'évaluation
7. Hypothèses
8. Qui a répondu à notre enquête ?
9. Comment les participants évaluent les JSE ?
10. Quel est l'impact généré par les JSE ?
11. Conclusion

SURFRIDER ET LES JOURNÉES DE SENSIBILISATION EN ENTREPRISES (JSE)

• Surfrider souhaite mettre au coeur de ses projets un grand nombre d'acteurs et notamment les entreprises désirant d'éveiller les consciences écocitoyennes de leurs collaborateurs. Les journées de sensibilisation en entreprise (JSE) proposées par Surfrider ont pour vocation de concilier convivialité, activités en pleine nature et ateliers pédagogiques.

• Ces JSE prennent généralement la forme d'une demi-journée de collecte de déchets. Aussi bien à pied sur les plages, en kayak sur les rivières ou au coeur de nos villes, Surfrider propose des formules sur-mesure encadrées par ses équipes.

• Nous avons considéré que la cible des JSE était également une cible citoyenne, car derrière chaque salarié, il y a un citoyen. La sensibilisation effectuée pendant les JSE est davantage orientée vers les éco-gestes réalisables à l'échelle personnelle, plutôt que vers les changements globaux que peuvent effectuer les entreprises.

NOTRE MISSION SOCIALE AUX JSE

« Impulser un changement de comportement à la maison comme au bureau, pour chaque collaborateur d'entreprise, en les informant des problématiques environnementales, en les sensibilisant à leur responsabilité citoyenne et en les outillant pour agir »

LES ENJEUX DE L'ÉVALUATION

En 2021, Surfrider a fait appel à l'agence de mesure d'impact Improve pour l'accompagner dans la mise en place de la mesure d'impact au sein de l'association Surfrider. Pour former nos équipes et mettre en place une stratégie de déploiement dans les années à suivre, le choix a été fait qu'Improve accompagne 2 projets dont les chargés de projets étaient volontaires ainsi que 2 autres salariées référentes sur le sujet. Les deux projets choisis, l'escape game « Emergence » et les Journées de Sensibilisation en Entreprise (JSE) se focalisent sur la cible citoyenne.
→ Un premier rapport d'analyse sur les JSE est disponible ici concernant l'année 2021. Nous nous focaliserons ici sur l'année 2022.

UN ENJEU DE PILOTAGE

• Identifier les points forts et les freins du programme JSE, dans une dynamique d'amélioration continue, afin d'optimiser et de développer les activités auprès des clients et collaborateurs.
• Questionner l'utilité du projet et de notre mission sociale : mesurer notre impact auprès de la cible collaborateurs. Les JSE impulsent-t-elles un changement dans les habitudes ? Quel impact des JSE sur les habitudes des collaborateurs ?

UN ENJEU DE COMMUNICATION

• Un enjeu de valorisation en interne, dans le but de recruter et motiver de nouveaux bénévoles et animateurs.
• Un enjeu de valorisation en externe, afin de mettre en avant opérationnels/financiers, et de futurs clients.

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

L'évaluation s'adresse à l'ensemble du public participant aux JSE, à savoir des collaborateurs, salariés d'entreprises, partenaires ou non de Surfrider.

124 activités JSE ont été réalisées pendant cette période de temps, pour un public bénéficiaire de **2018 participants.**

Cependant, **seules 101 activités JSE, pour un public bénéficiaire de 2955 participants, ont été prises en compte pour cette analyse de mesure d'impact.** En effet, pour certaines activités, le questionnaire n'a pas pu être transmis aux participants (pour diverses raisons).

Cela représente tout de même une prise en compte de **81% des activités** réalisées sur la période, et de **37% du total des participants.**

Sur ces 2 955 participants, nous avons eu **514 réponses,** soit un **taux de réponse de 17,5%.**

Les **5 types d'activités** ont été étudiées pour cette étude :

- Ateliers DIY (en ligne ou présentiel)
- Collectes de déchets pédestres
- Collectes de déchets en canoë-kayak
- Masterclass ou conférences (en ligne)
- Fresque du Climat, Océane & des Déchets (en ligne ou présentiel)

MÉTHODOLOGIE

Suite aux 1ères analyses en 2022, nous avons effectué plusieurs changements :
→ Modification du support d'enquête et méthodologie pour 2022 (passage des questionnaires sur Survey Monkey + identifiant unique pour chaque répondant pour croiser les données entre le T1 et le T2)
→ Simplification du questionnaire
→ Effort de collecte
→ Ajout d'une dimension "mesure d'impact" pour le secteur marchand sur les questionnaires auprès des organisateurs (non évoqués dans ce rapport)
→ Emissions d'hypothèses plus ambitieuses pour 2022

La mesure d'impact des activités JSE se fait en deux temps :

T1

17 questions environ

Directement après l'activité

- 5 questions de caractérisation
- 6 questions de performance
- 6 questions d'impact : 2 questions acquisition de connaissance + 3 questions changement de comportement + 1 question engagement SFE
- 2 questions conditionnelles sur l'activité DIY

T2

10 questions environ

Un mois après l'activité

→ *Ce questionnaire a pour vocation de mesurer le passage à l'acte concret des répondants sur nos grandes hypothèses.*

- 5 questions de caractérisation (les mêmes qu'au T1)
- 5 questions d'impact : 2 questions changement de comportement + 1 question engagement SFE + 2 questions partage d'expérience

LES ÉTAPES DE L'ÉVALUATION

LA QUESTION ÉVALUATIVE

La question évaluative est la question qui va guider le choix des indicateurs ainsi que les analyses menées.

—— Les JSE ont-elles un réel impact sur les participants des activités (habitudes de consommation, engagement associatif, partage d'expérience) ?

LES LIMITES DE L'ÉTUDE

Représentativité :

Pour rappel : L'objectif est d'avoir une marge d'erreur entre 5 et 10% pour pouvoir considérer les réponses comme représentatives de la population, et donc fiables.

• Pour le T1, la marge d'erreur réelle globale pour l'ensemble des activités est à 3,83%, ce qui nous permettra de considérer les résultats globaux comme représentatifs. Si on regarde la représentativité par activité, seule l'activité « collecte de déchets pédestre » a une marge d'erreur réelle inférieure à 10%. Pour les autres activités (Atelier DIY, Collecte en kayak, Masterclass, Fresques), nous ne pourrons pas considérer les résultats par activité comme représentatifs de la population.

• Pour le T2, la marge d'erreur réelle globale pour l'ensemble des activités est à 6,9%. Si on regarde par activité, seule l'activité « collecte de déchet pédestre » a une marge d'erreur réelle inférieure à 10%.

Changement difficilement évaluable :

L'absence de questionnaire a priori ne permet pas de comparaison amont-aval, il faut donc se saisir des conclusions avec une certaine précaution.

• Attribution difficilement évaluable : l'absence de groupe témoin ne permet pas d'attribuer strictement tous les changements à la participation aux JSE.

• Autre limite méthodologique : comme pour n'importe quelle enquête, ceux qui répondent au questionnaire JSE sont probablement les personnes les plus intéressées et engagées. Ces limites sont réelles et doivent être prises en considération. Elles restent cependant assez communes et n'empêcheront pas de tirer des conclusions de cette étude.

NOTE : REPRÉSENTATIVITÉ ET MARGE D'ERREUR

Pour que l'échantillon (répondants) soit représentatif de la population (ensemble des participants à nos actions), deux types de représentativité sont attendues :

• Quantitativement : nous devons avoir un nombre suffisant de répondants pour justifier de la fiabilité des résultats de notre étude et de nos analyses. L'indicateur de fiabilité est la marge d'erreur. Plus la marge d'erreur est faible, plus notre échantillon est représentatif de notre population (interprétation : on est sûr que la population aurait répondu comme l'échantillon). L'objectif est d'avoir une marge d'erreur à 5% qui ne doit pas dépasser 10%.

• Qualitativement : Nous avons sélectionné un autre critère de représentativité, par rapport à l'activité réalisée. Nous avons l'information sur l'ensemble de la population que nous touchons via nos activités et à la fois l'information dans le questionnaire. Nous avons donc pu calculer la représentativité par activité.

HYPOTHÈSES

Voici nos hypothèses de départ :

HYPOTHÈSES PRINCIPALES

Les participants aux activités JSE :

• H1 : Ont une meilleure connaissance des enjeux environnementaux après l'activité

• H2 : Ont un changement de comportement positif pour l'environnement après l'activité

• H3 : S'engagent avec Surfrider après l'activité

• H4 : partagent l'expérience / parlent de l'activité réalisée avec Surfrider à leur entourage

HYPOTHÈSES SECONDAIRES

• HS1 : Les participants aux activités JSE découvrent des solutions pour changer leurs habitudes de consommation

• HS2 : Les participants aux activités JSE partagent leurs nouvelles connaissances à leur entourage

QUI A RÉPONDU À NOTRE ENQUÊTE ?

Les collaborateurs participant aux Journées de Sensibilisation en Entreprises et répondant à notre enquête :

→ Près de 60% des répondants ne connaissaient pas l'association Surfrider avant l'activité JSE. Nous pouvons donc supposer que les JSE sont un bon moyen pour les participants de faire connaître l'association et de contribuer à sa renommée.

→ 78,5% participent à une collecte de déchet pédestre.

COMMENT LES PARTICIPANTS ÉVALUENT LES JSE ?

• 97,6% de taux de satisfaction global sur les activités réalisées et sur l'encadrement par les animateur.rices
• 98,6% des répondants recommandent l'activité à ses ami.es ou collègues.
• 92% des répondants trouvent l'activité ludique ou très ludique

Comment les participants se sentent-ils pendant une JSE ?

Top 3 : motivé·e, curieu·x·se & alarmé·e

QUEL EST L'IMPACT GÉNÉRÉ PAR LES JSE ?

« JE PRENDS CONSCIENCE & J'APPRENDS »

L'activité vous a-t-elle permis de mieux connaître les enjeux environnementaux ?

⟶ « Oui tout à fait » et « plutôt oui » à 81 % !

La Fresque est l'activité pour laquelle notre valeur ajoutée est la plus forte en termes de niveau de connaissance des enjeux environnementaux.

« JE CHANGE MES HABITUDES »

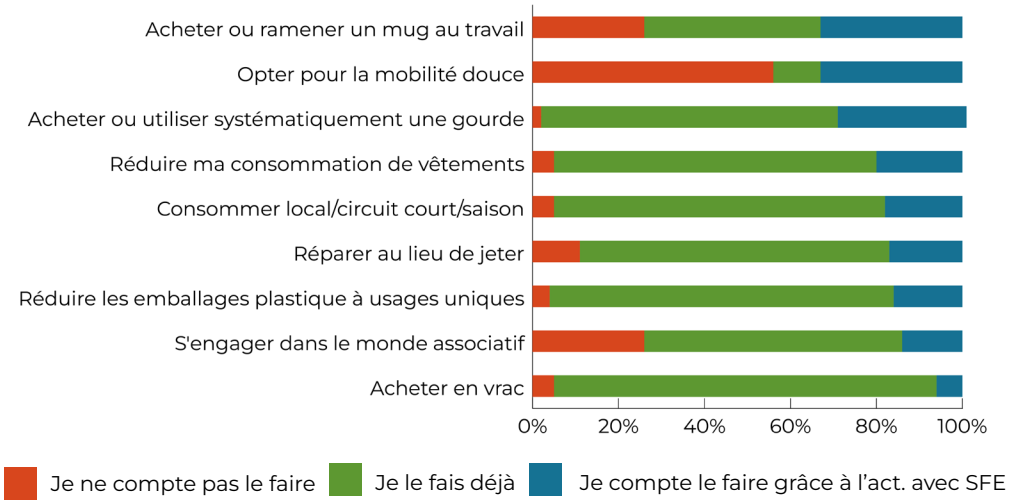
Avant l'activité, 51,8% des répondants avaient déjà engagé une démarche zéro déchet via leurs habitudes de consommation. En 2021, ils étaient 70% donc on peut estimer que nous avons eu affaire à un public moins sensibilisé cette année !

Après l'activité, 77,6% ont l'intention ou l'envie de changer certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche «zéro déchet". Ceux qui ont le plus envie de changer leurs habitudes sont ceux qui se sont sentis « alarmé.es » pendant l'activité (puis « motivés » et « curieux »).

Sur 81 personnes qui n'avaient pas engagé une démarche 0 déchet avant l'activité, 56 ont l'intention de s'engager dans une démarche zéro déchet après l'activité soit 69% !

Voici la répartition des éco-gestes que les participants indiquent déjà faire, ne pas compter faire, ou faire grâce à l'activité avec Surfrider.

Répartition des répondants selon les solutions qu'ils comptent mettre en place (T1, n=494)



On voit ici qu'une grande partie des participants réalise déjà dans leur quotidien de nombreux éco-gestes (en vert) notamment : acheter ou ramener un mug au travail (89%), acheter ou utiliser systématiquement une gourde (80%), et consommer local (77%).

Les éco-gestes qui sont sélectionnés après l'activité à Surfrider (en bleu) sont principalement : acheter en vrac, s'engager dans le monde associatif et réduire les emballages plastiques à usage unique. Cela est cohérent avec nos messages essentiels portés dans le discours de sensibilisation.

Au contraire, il est intéressant de voir que certains participants ne comptent pas faire certains éco-gestes: s'engager dans le monde associatif (56%), opter pour la mobilité douce et acheter en vrac (26%). Ces actions sont parmi les plus contraignantes en termes de temps disponible ou d'organisation.

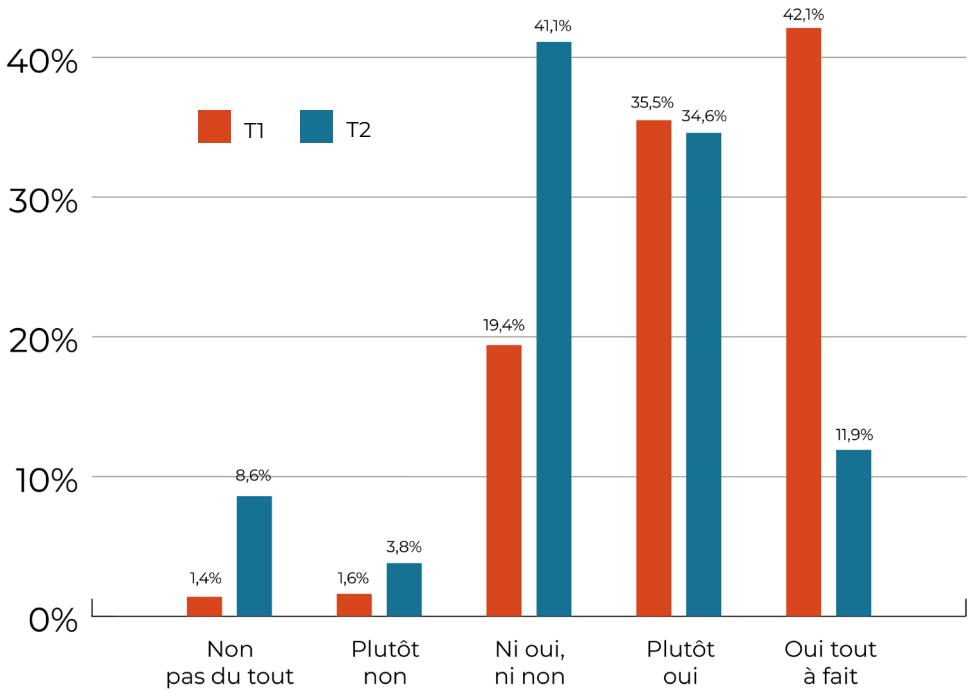
UN MOIS APRÈS L'ACTIVITÉ, QU'EN EST-IL RÉELLEMENT ?

« Depuis l'activité avec Surfrider, avez-vous changé certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche «zéro déchet» ? »

→ 46,5% des répondants déclarent avoir modifié leurs habitudes de consommation
→ 41,1% déclarent ne pas avoir apporté de changement substantiel
→ 12,4% déclarent ne pas avoir changé leurs habitudes de consommation.

LES PARTICIPANTS PASSENT-ILS À L'ACTION ?

Comparaison de la répartition des répondants entre l'intention de modifier leurs habitudes de consommation après l'activité (T1) et le passage à l'action un mois après (T2) (NT1 = 496 / NT2 = 185)



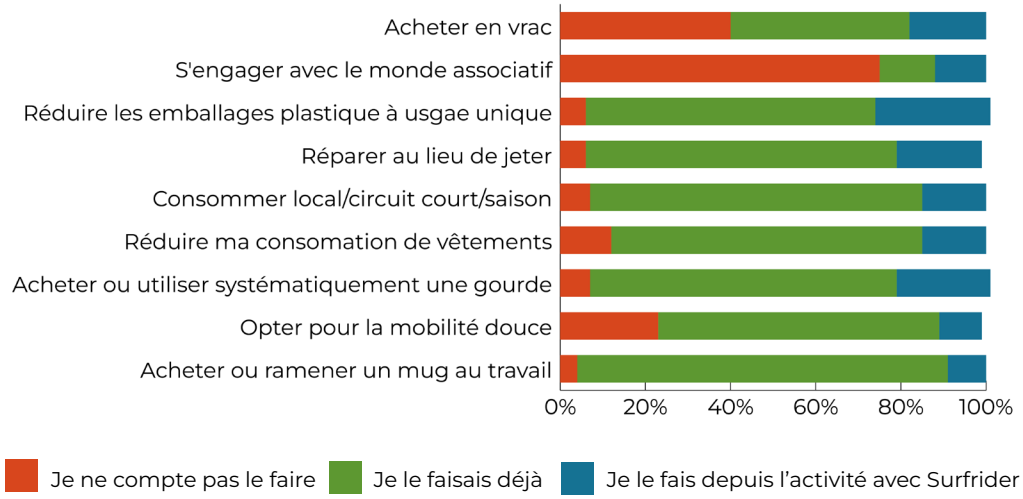
Ici, nous avons croisé les résultats du T1 et T2 au global (c'est-à-dire la répartition en pourcentage).

Les répondants sont une majorité (77,6%) à avoir l'envie de changer certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche «zéro déchet" suite à l'activité. Un mois après, ils sont 46,5% à avoir modifié leurs habitudes de consommation (réponses « oui tout à fait » et « plutôt oui »).

Il y a une baisse (normale !) entre l'intention et le passage concret à l'action. Les raisons possibles : soit les participants n'ont pas encore eu le temps de mettre en place des nouvelles habitudes de consommation ; soit ils n'en ont plus l'intention pour diverses raisons (organisation, logistique, manque de temps, de motivation etc).

QUELLES ACTIONS METTENT-ILS EN PLACE ?

Répartition des répondants selon les solutions qu'ils ont mis en place un mois après (T2 N= 185)

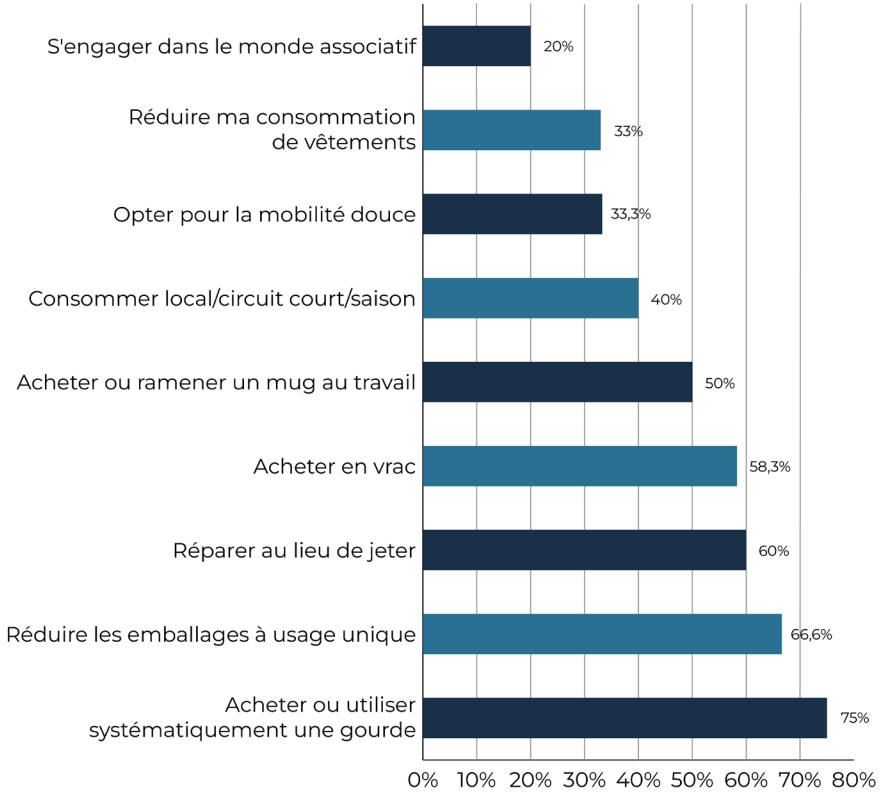


De même que sur la même question au questionnaire T1, on voit ici qu'une grande partie des participants réalise déjà dans leur quotidien de nombreux éco-gestes (en vert).
Les éco-gestes qui ont été mis en place après l'activité à Surfrider sont principalement : réduire les emballages plastiques à usage unique (27%), acheter ou utiliser systématiquement une gourde (22%) et réparer au lieu de jeter (20%). Par rapport aux intentions du T1, acheter en vrac et s'engager dans le monde associatif ne sont pas priorisés.

De façon miroir au T1, même si dans des proportions variables, certains participants sont plus réticents pour réaliser des éco-gestes tels que s'engager dans le monde associatif, opter pour la mobilité douce et acheter en vrac.

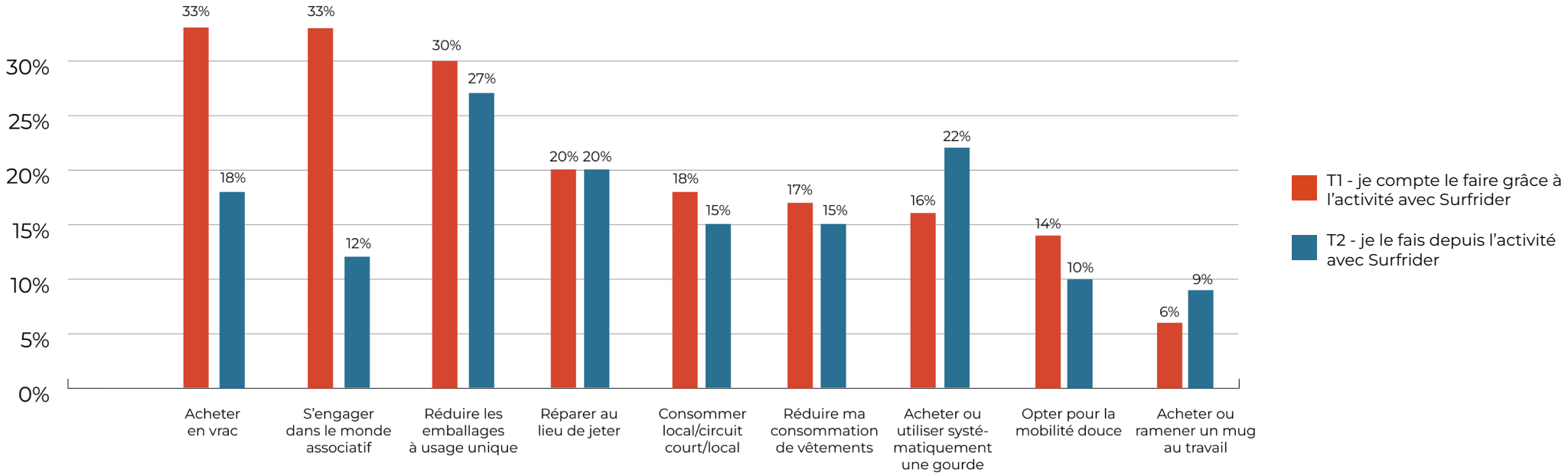
Nous avons ensuite croisé les données de façon plus précise, c'est-à-dire à l'échelle individuelle sur les individus ayant répondu à la fois au questionnaire T1 puis au T2, soit un échantillon de 53 personnes. Ici, nous pouvons voir le différentiel entre l'intention annoncée en T1 et le passage à l'action effectif. De façon miroir aux résultats globaux ci-dessus, les éco-gestes qui sont le plus réalisés suite aux sensibilisations Surfrider sont : la gourde, la réduction des emballages, la réparation, le vrac et le mug.

Répartition des répondants qui ont déclaré «compter faire des éco-gestes grâce à l'activité Surfrider (T1) et qui ont déclaré l'avoir mis en place suite à l'activité avec Surfrider (T2) (N = 53)



Pour voir si les répondants sont réellement passés à l'action après l'activité avec Surfrider, nous allons comparer les résultats globaux du T1 et du T2 pour ceux qui ont déclaré avoir l'intention puis avoir mis en place un éco-geste grâce à l'intervention Surfrider :

Comparaison de la répartition des répondants entre l'intention de faire un éco-geste après l'activité (T1) et le passage à l'action un mois après (T2) (NT1 = 496 / NT2 =185)



Quant aux solutions sélectionnées / réalisées par les répondants, la répartition entre le T1 et le T2 reste assez similaire pour : la réparation, la réduction des emballages, la consommation locale et la réduction de la consommation, et même pour la mobilité douce.

Cependant, on remarque que les personnes ayant réellement acheté ou ramené un mug ou une gourde au travail sont plus nombreuses que celles qui déclaraient vouloir passer à l'action initialement.

Dans le sens inverse, le passage à l'action est moindre pour le vrac et l'engagement dans le monde associatif.

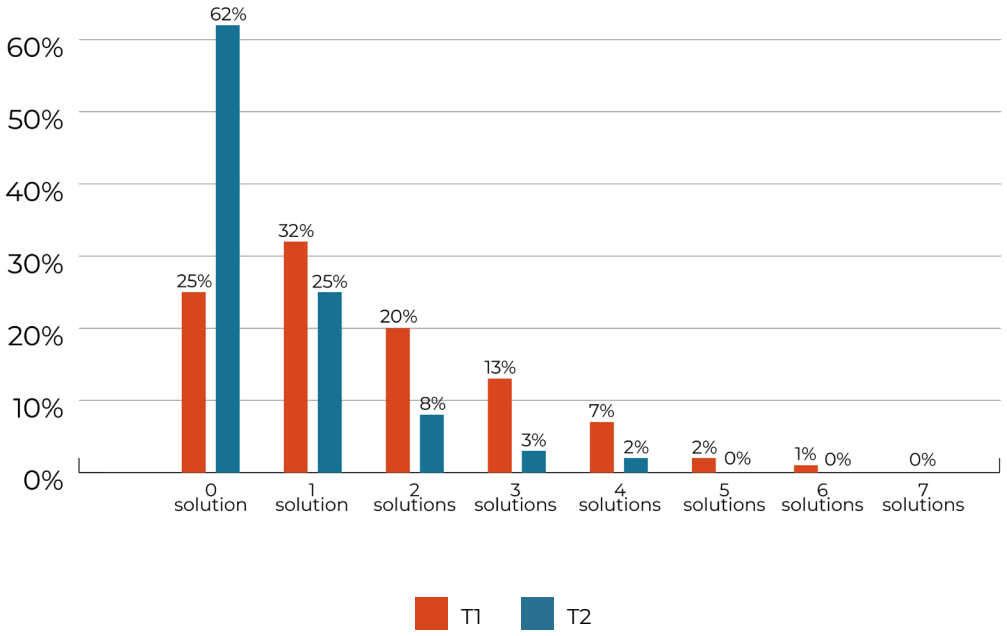
En moyenne, les participants aux activités de sensibilisation modifient entre 1 à 2 habitudes de consommation après l'activité, grâce à l'intervention de Surfrider (moyenne de 1,4 éco-geste sélectionné « effectué depuis l'activité avec Surfrider » sur le questionnaire T2, n= 189).

ENGAGEMENT SURFRIDER

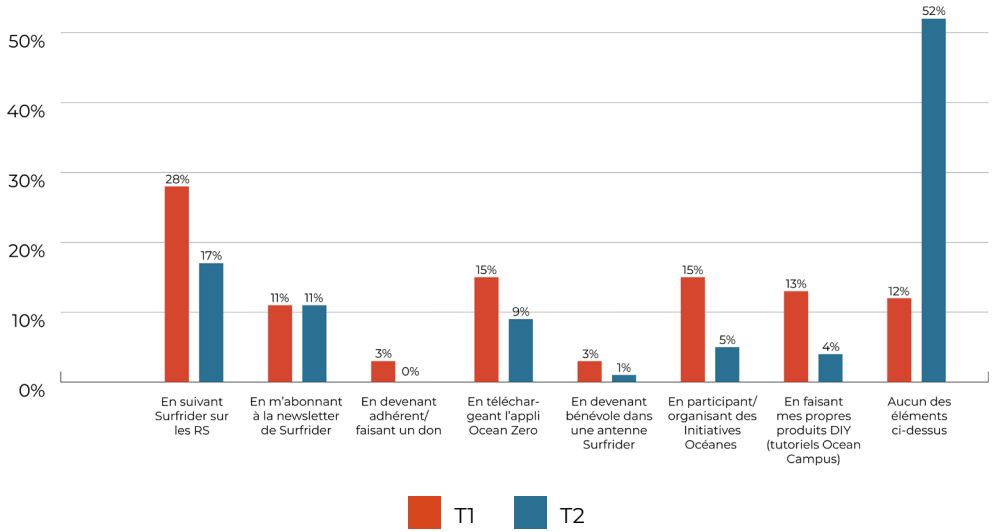
LES PARTICIPANTS S'ENGAGENT-ILS AVEC SURFRIDER APRÈS L'ACTIVITÉ ?

Voici les résultats de comparaison entre l'intention et le passage à l'action, au global en pourcentage. Les répondants ont en majorité déclaré avoir l'intention de s'engager sur plusieurs solutions, et sont moins nombreux que prévu à effectivement s'engager en T2.

Comparaison de la répartition du nombre de solutions sélectionnées entre l'intention de s'engager avec Surfrider (T1 N = 513) et le passage à l'action (T2 N = 185)



Comparaison de la répartition des répondants, selon le type de solution sélectionnée entre l'intention de s'engager avec Surfrider après l'activité (T1 N = 153) et le passage à l'action un mois après (T2 N = 185)

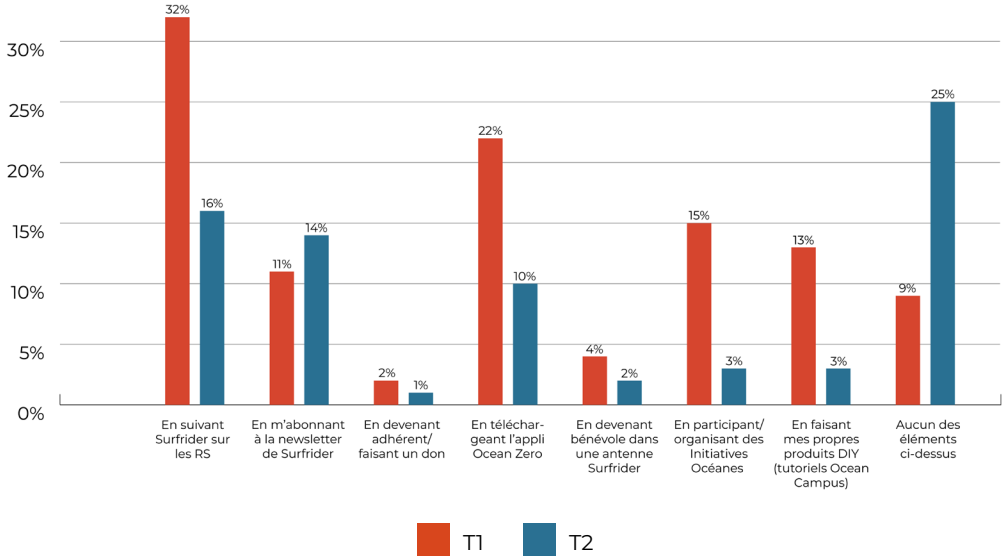


Le passage à l'action est moins élevé que les intentions de passage à l'action, mais les écarts entre les deux ne sont pas très élevés. 11% se sont effectivement abonnés à la newsletter, 9% ont téléchargé l'appli Ocean Zero contre 15% qui en avaient l'intention ; 5% ont participé ou organisé une Initiative Océane contre 15% qui en avait l'intention ; 1% est devenu bénévole dans une antenne Surfrider contre 3% qui en avaient l'intention et aucun participant n'a adhéré ou fait un don alors que 3% en avaient l'intention.

Nous avons ensuite pu croiser les données individuelles pour les participants qui avaient répondu à la fois au questionnaire T1 et au questionnaire T2.

On peut voir là que l'abonnement à la newsletter et le suivi de Surfrider sur les réseaux sociaux sont également les passages à l'action les plus populaires.

Comparaison individuelle intention/passage à l'action T1 T2 sur l'engagement Surfrider (N=54)



PARTAGE D'EXPÉRIENCE

LES PARTICIPANTS AUX ACTIVITÉS JSE PARTAGENT-ILS L'EXPÉRIENCE / PARLENT DE L'ACTIVITÉ RÉALISÉE AVEC SURFRIDER À LEUR ENTOURAGE ?

- Oui pour quasiment 92% !

Les participants qui partagent le plus l'expérience à leurs proches sont ceux qui se sont sentis fier.es (94%) et ceux qui se sont sentis alarmé.es (93,5%).

LES PARTICIPANTS AUX ACTIVITÉS JSE PARTAGENT-ILS LEURS NOUVELLES CONNAISSANCES À LEUR ENTOURAGE ?

- Oui, pour plus de 81% !

QUESTIONS DIY

QUESTIONS CONDITIONNELLES SUR LES ATELIERS DIY

Attention : sur cette activité, le taux de réponse en T1 est faible (autour de 15 répondants) et en T2 quasiment nul (seulement 1 répondant), les réponses ne peuvent donc pas être considérées comme représentatives ici.

- 93,3% : Taux de satisfaction concernant les produits fabriqués (T1)
- 41,2% : Participants qui pensent reproduire les produits / refaire les recettes (T1)

CONCLUSION

VALIDATION DES HYPOTHÈSES DE DÉPART

Rappel – Plan Stratégique de Surfrider Foundation Europe 2021-2023 Indicateur : « pourcentage de collaborateurs qui sont plus engagés grâce à l'activité déployée ».

3 NIVEAUX D'IMPLICATION		HYPOTHÈSES DE DÉPART DE LA THÉORIE DU CHANGEMENT DES JSE
✅ Niveau 1 : s'informer et diffuser	*Je sais et je m'exprime dans/ en dehors de mon entreprise (discuter du sujet)*	H1 : Les participants aux activités JSE ont une meilleure connaissance des enjeux environnementaux après l'activité H4 : Les participants aux activités JSE partagent l'expérience / parlent de l'activité réalisée avec Surfrider à leur entourage HS1 : Les participants aux activités JSE découvrent des solutions pour changer leurs habitudes de consommation HS2 : Les participants aux activités JSE partagent leurs nouvelles connaissances à leur entourage
❌ Niveau 2 : agir	*Je sais et je fais dans / en dehors de mon entreprise (identification des actions attendues ex : réduction de consommation, recycler ses déchets, diminution des déchets, transports, pollution numérique, etc)*	H2 : Les participants aux activités de sensibilisation ont un changement de comportement positif pour l'environnement après l'activité en ayant modifié au moins 3 habitudes de consommation après l'activité. ⟶ En moyenne entre 1 à 2 habitudes sont modifiées après l'activité.
✅ Niveau 3 : transmettre	*Je sais, je sais faire et je transmets dans/en dehors de mon entreprise (Identification des actions attendues : ex. engagement politique, engagement associatif, organisation d'un évènement de sensibilisation, etc)*	H2 : Les participants aux activités JSE ont un changement de comportement positif pour l'environnement après l'activité (engagement plutôt ponctuel ou digital). H4: Les participants aux activités JSE partagent l'expérience / parlent de l'activité réalisée avec Surfrider à leur entourage

Cette étude d'impact nous permet de valider **une grande partie de nos hypothèses de départ** et de confirmer l'impact positif qu'ont les activités de sensibilisation sur les habitudes de comportement des participants. Les activités JSE servent comme un levier de sensibilisation et d'action vers un mode de vie plus écologique.
Toutefois, il convient de garder à l'esprit que près de la moitié de la population cible des activités de sensibilisation et des répondants à l'enquête est déjà assez sensibilisée en 2022 et que les passages à l'action concrets et dans le long terme restent faibles.

RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR 2023

• La mesure d'impact sur le passage à l'action reste à améliorer car les taux de réponse sur le T2 sont plus faibles
• Sur le changement de comportement, les participants ont opté pour les éco-gestes les plus simples, et nous pouvons les encourager à s'engager davantage, pour qu'ils fassent des actions qui s'inscrivent davantage dans la durée.

Enfin, d'après les différents commentaires laissés par les répondants lors des questions avec champs libres, plusieurs axes d'amélioration se dégagent pour nos activités :

• Rallonger le temps d'action
• Appuyer davantage sur les solutions lors du débrief
• Rendre la partie quantification plus ludique et efficace
• Faire le tri systématiquement
• Améliorer le matériel

RECOMMANDATIONS MÉTHODOLOGIQUES

⟶ Effort de collecte, particulièrement sur les ateliers DIY, les Masterclass et Fresques où les taux de réponses sont les plus faibles.

⟶ Apporter quelques modifications au questionnaire SurveyMonkey pour qu'il soit plus lisible, par exemple ajouter des émoticônes pour illustrer les 2 questions avec éco-gestes et solutions Surfrider, qui sont assez conséquentes.

⟶ Pour étendre l'enquête, nous pourrions envisager un questionnaire mesure d'impact pour nos activités comme les stands grand public.

SURFRIDER
FOUNDATION