

MESURE D'IMPACT 2021

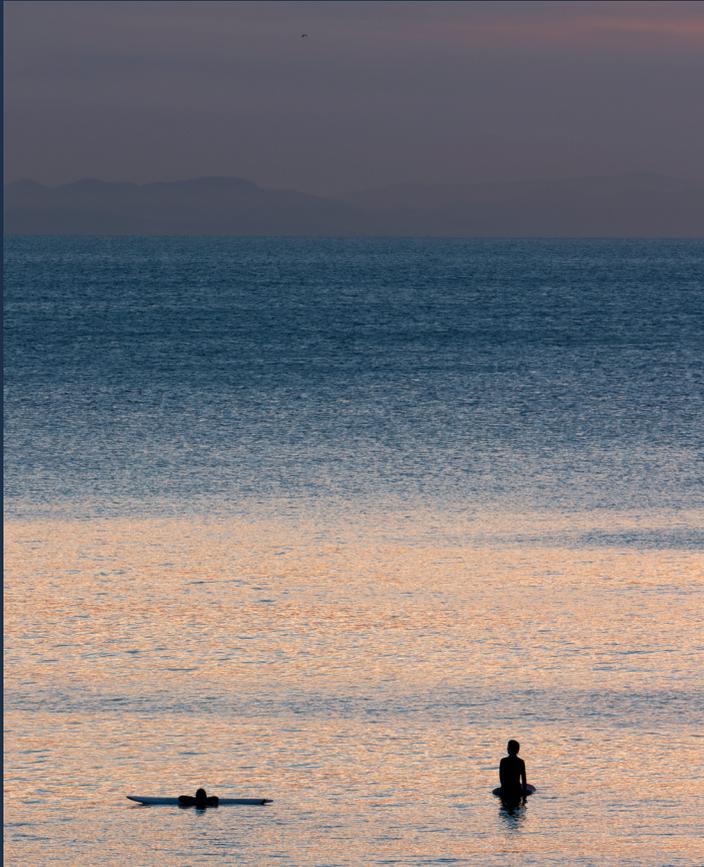


Journée de Sensibilisation
en Entreprise

RAPPORT D'ANALYSE

Version courte

SOMMAIRE



1. Introduction _____ p.3
2. Surfrider et les JSE _____ p.4
3. Les enjeux de l'évaluation _____ p.5
4. Périmètre de l'étude _____ p.5
5. Méthodologie _____ p.6
6. Étapes de l'évaluation _____ p.7
7. Hypothèses _____ p.8
8. Qui a répondu à notre enquête ? _____ p.8
9. Comment les participants évaluent les JSE ? _____ p.8
10. Quel est l'impact généré par les JSE ? _____ p.9
11. Conclusion _____ p.15

INTRODUCTION

En 2020 Surfrider Foundation Europe a souhaité faire appel à Improve pour être accompagné dans la construction et le renouvellement de son plan stratégique pluriannuel 21/23. Ce travail d'une année a permis de **construire une stratégie cohérente**, au regard de l'objet de l'association, de ses objectifs et de ces cibles d'actions (citoyens, institutions publics, secteur marchand), mais aussi de **questionner et mettre en exergue les différents impacts** que Surfrider cherche à obtenir dans la réalisation de ses activités.

Début 2021, Surfrider a de nouveau fait appel à Improve pour l'accompagner dans la mise en place de la mesure d'impact au sein de l'association. Fort d'un **besoin de se former en interne** afin de pouvoir 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 salariés référents 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.

Ce rapport d'analyse est le résultat d'une année de travail du **groupe JSE**, entre temps théoriques, construction d'outils d'enquête et analyse de résultats.



*Merci à Improve qui nous
a accompagné pour
l'ensemble de la démarche.*

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 **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

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 l'impact que nous avons auprès de la cible collaborateurs. Les JSE produisent-elles un changement comportemental ? En quoi l'action JSE fait elle tendre vers le changement de comportement ?

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 valoriser l'impact du programme JSE auprès des partenaires 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.

Cette étude a été réalisée sur **cinq mois**, du 27 août 2021 au 8 décembre 2021. **65 activités JSE** ont été réalisées pendant cette période de temps, pour un public bénéficiaire de **2018 participants**.

Cependant, **seules 53 activités JSE**, pour un public bénéficiaire de **1481 participants**, ont été prises en compte pour cette analyse de mesure d'impact. En effet, pour certaines activités, les questionnaires n'ont pas pu être transmis aux participants (pour diverses raisons).

Cela représente tout de même une prise en compte de **81,5% des activités réalisées** sur la période, et de **73,3% du total des participants**.

Plusieurs activités sont disponibles au catalogue des JSE. Seulement **6 types d'activités** ont été étudiées pour cette étude :

Ateliers DIY
(en ligne ou
présentiel)

Collectes de
déchets en kayak

Fresque du
Climat (en ligne
ou présentiel)

Fresque Océane
(en ligne ou
présentiel)

Masterclass
(en ligne)

Collectes
de déchets
pédestres

MÉTHODOLOGIE

L'évaluation est menée à posteriori auprès des participants des JSE, à savoir juste après l'activité ainsi qu'un mois après leur participation.

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

T1

20 questions environ

Directement après l'activité

- 4 questions de caractérisation
- 6 questions de performance
- 10 questions d'impact : 5 questions acquisition de connaissance (certaines conditionnelles) + 4 questions changement de comportement + 1 question engagement SFE
- En plus : 13 questions de performance conditionnelles selon l'activité

T2

9 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.*

- 4 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 le T1**, seules les activités « collecte de déchets pédestre » et « masterclass » ont une marge d'erreur réelle inférieure à 10%. Pour les autres activités (atelier DIY, collecte en kayak, fresques), nous ne pourrions pas considérer les résultats par activité comme représentatif de la population. Par contre, **la marge d'erreur réelle globale pour l'ensemble des activités est à 5%**, ce qui nous permettra de considérer les résultats globaux comme représentatifs.

• **Pour le T2**, seule l'activité « collecte de déchet pédestre » a une marge d'erreur réelle inférieure à 10%. Ainsi, pour les questions concernant le T2, et les croisements entre T1 et T2, nous ne pourrions considérer **que les questions concernant les collectes de déchets pédestres** comme représentative – ou bien les résultats globaux (la marge d'erreur réelle globale pour l'ensemble des activités est à 7,56% pour le T2).

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 à la population (ensemble des participants à vos 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% et ne doit surtout 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 collectes de déchet prennent conscience de l'étendue de la pollution marine.
- **HS3** : les participants aux ateliers DIY ont une meilleure connaissance des enjeux de la qualité de l'eau.
- **HS4** : 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 :



75 % de femmes



Moyenne d'âge de 40 ans

→ Quasi 60% 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.

→ 60% ont participé à une collecte de déchet pédestre.

COMMENT LES PARTICIPANTS ÉVALUENT LES JSE ?

- 99% de taux de satisfaction globale sur les activités réalisées et sur l'encadrement par les animateur.rices.
- 99,9% des répondants recommandent l'activité à ses ami.es ou collègues.
- 95% des répondants qui trouvent l'activité ludique ou très ludique.

Comment les participants se sentent-ils pendant une JSE ?



Top 3 : motivé.e, fier.e et curieux.se

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 à 96 % !**

L'activité vous a-t-elle permis de mieux connaître les impacts de la pollution plastique ?

→ **Oui à 95 % !**

Pour les ateliers « Do It Yourself », l'activité vous a-t-elle permis une meilleure connaissance des enjeux de la qualité de l'eau ?

→ **Oui à 100% !**

Pour les collectes de déchets, l'activité vous a-t-elle permis de prendre conscience de l'étendue de la pollution marine ?

→ **Oui à 92% !**

« JE DÉCOUVRE DES SOLUTIONS »

L'activité vous a-t-elle permis de découvrir des solutions/astuces plus concrètes pour changer leurs habitudes de consommation ?

→ **Oui à 78%**

Nous nous rendons compte, avec étonnement, que ceux qui ont le plus découvert des solutions ou astuces pour agir étaient ceux déjà engagés dans une démarche zéro déchet avant l'activité. Ce qui est un résultat très positif puisqu'on leur permet malgré leur degré de connaissance déjà élevé de découvrir de nouvelles astuces pour qu'ils aillent plus loin dans leur démarche.

« JE CHANGE MES HABITUDES »

Avant l'activité, **70%** des répondants avaient déjà engagé une démarche zéro déchet via leurs habitudes de consommation. Nous avons donc affaire à un public assez sensibilisé !

Après l'activité, **89%** ont l'intention ou l'envie de changer certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche « zéro déchet ».

Pour ceux qui se considéraient comme déjà « engagés », ils sont **92%** à vouloir aller plus loin dans leur démarche zéro déchet à la suite de l'activité.

Pour ceux qui n'avaient pas ou peu engagé de démarche zéro déchet avant l'activité, ils sont plus de **80%** à déclarer vouloir changer certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche zéro déchet et **2%** seulement à ne pas vouloir changer du tout.

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 ? »



62% des répondants déclarent avoir modifié leurs habitudes de consommation

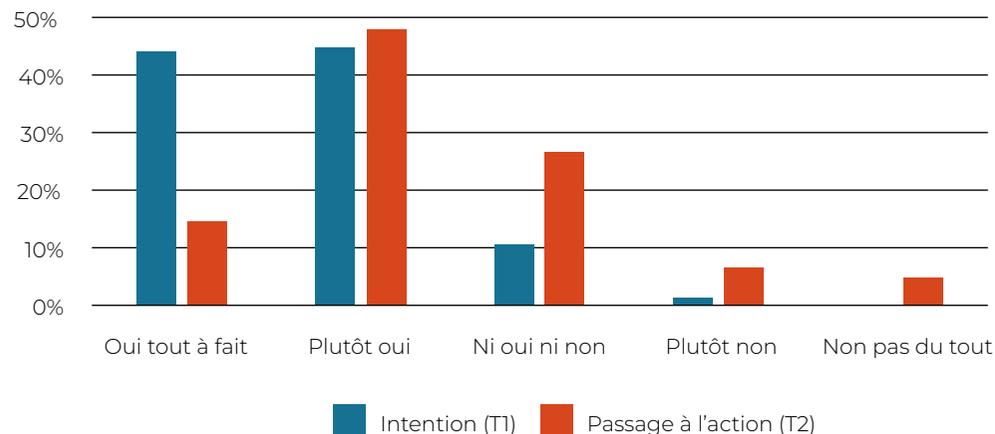
→ **27%** déclarent ne pas avoir apporté de changement substantiel.

→ **11%** déclarent ne pas avoir changé leurs habitudes de consommation.

LES PARTICIPANTS PASSENT-ILS À L'ACTION ?

FIGURE 1 :

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)
(N T1 = 305 / N T2 = 152)



Les résultats :

Les répondants sont une majorité (89%) à avoir l'intention ou l'envie de changer certaines habitudes de consommation pour aller vers une démarche zéro déchet suite à l'activité.

Un mois après, ils sont 62% 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. Plusieurs raisons ? 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).

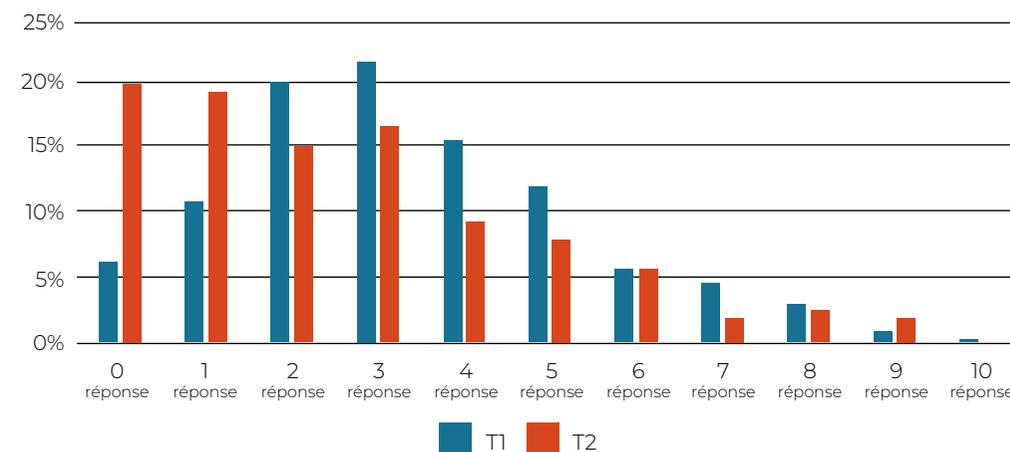
QUELLES ACTIONS METTENT-ILS EN PLACE ?

Pour voir si les répondants sont réellement passés à l'action, nous allons comparer les résultats du T1 et du T2.

On peut voir qu'il y a une différence entre le nombre de solutions que les répondants ont l'intention de mettre en place, et le nombre qu'ils ont réellement mis en place au bout d'un mois après l'activité. Les répondants ont plutôt réalisé 1 ou 2 solutions, mais pas autant qu'ils l'espéraient.

FIGURE 2 :

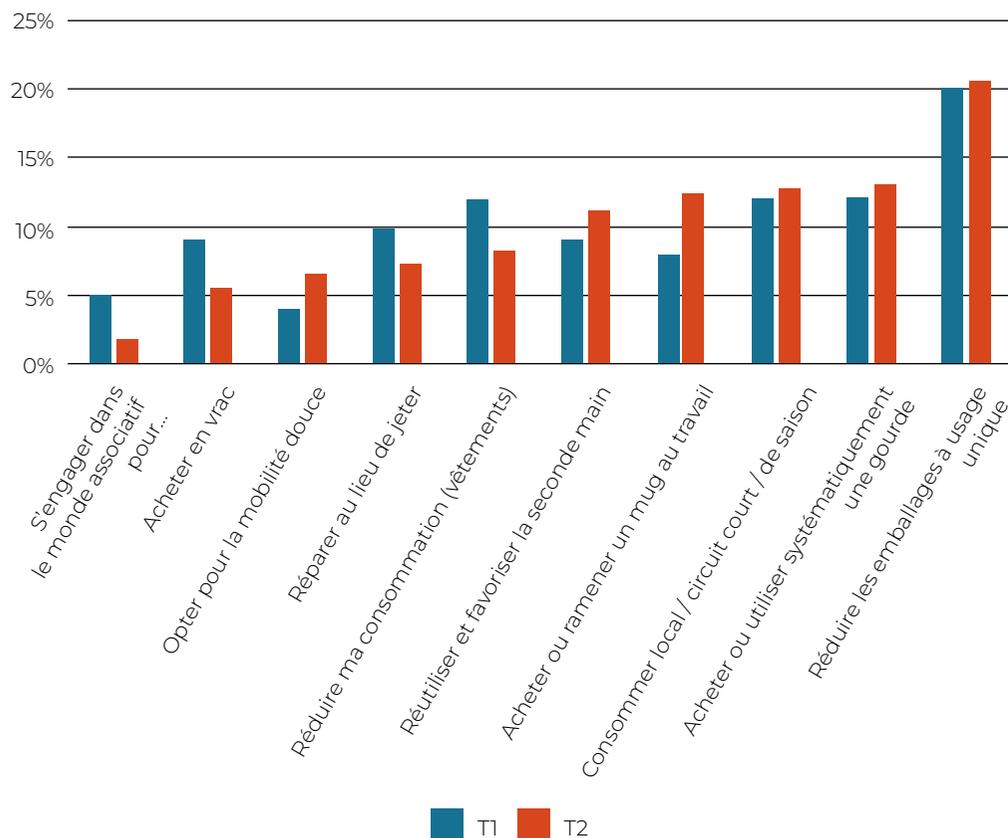
Comparaison du nombre de solutions sélectionnées par les répondants (T1 intention/T2 passage à l'action)
NT1 = 105 et NT2 = 152



Quant aux solutions sélectionnées / réalisées par les répondants, la répartition entre le T1 et le T2 reste assez similaire. On a davantage de personnes qui ont acheté ou ramené un mug au travail, par rapport à ceux qui déclaraient vouloir faire cette action. De même pour la réduction de la consommation au global, ou pour opter pour la mobilité douce. Par contre, il y a une baisse au moment de passer à l'action pour la seconde main, la réparation, l'achat en vrac et l'engagement dans le monde associatif.

FIGURE 3 :

Comparaison des solutions sélectionnées par les répondants (T1 intention / T2 passage à l'action) NT1 = 286 et NT2 = 132



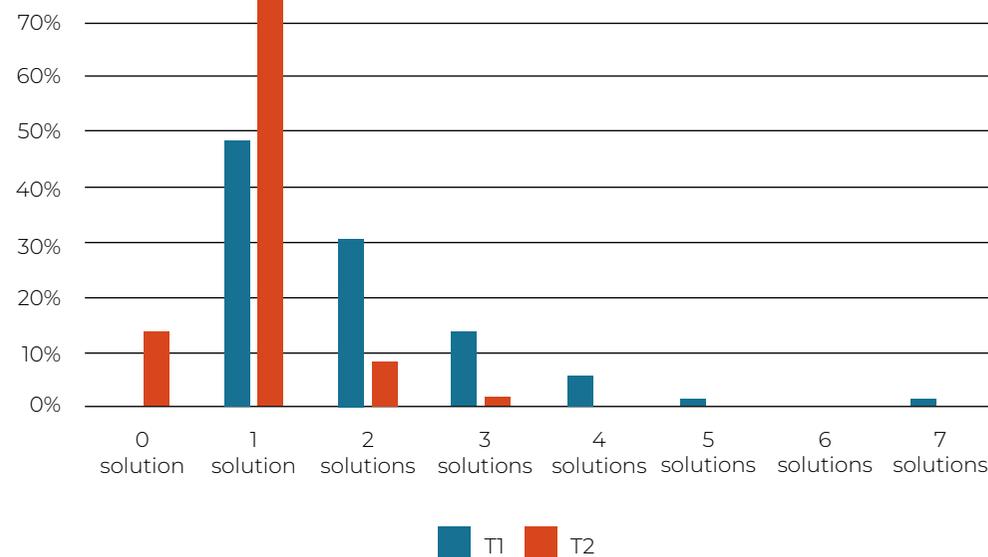
Les actions les plus cochées sont des actions assez simples (utiliser une gourde, un mug) ou assez vagues (réduire les emballages en plastique à usage unique, consommer local). Les actions les moins cochées sont des actions plus compliquées et engageantes : s'engager dans le monde associatif, acheter en vrac, mobilité douce, réparer au lieu de jeter.

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

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.

FIGURE 4 :

Comparaison du nombre de solutions sélectionnées par les répondants (T1 intention/T2 passage à l'action) NT1 = 305 et NT2 = 52



Attention limite méthodologique :

Nous avons croisé les résultats du T1 et T2 au global (c'est-à-dire la répartition en pourcentage) pour cette question, mais pas individuellement. En effet, les questionnaires étaient anonymes et nous ne pouvions pas comparer de façon individuelle l'intention en T1 et le passage à l'action en T2. Nous ne pouvons donc pas vérifier si individuellement, un répondant déclarant vouloir changer certaines habitudes de consommation en T1, a ensuite déclaré en T2 avoir effectivement changé ses habitudes.

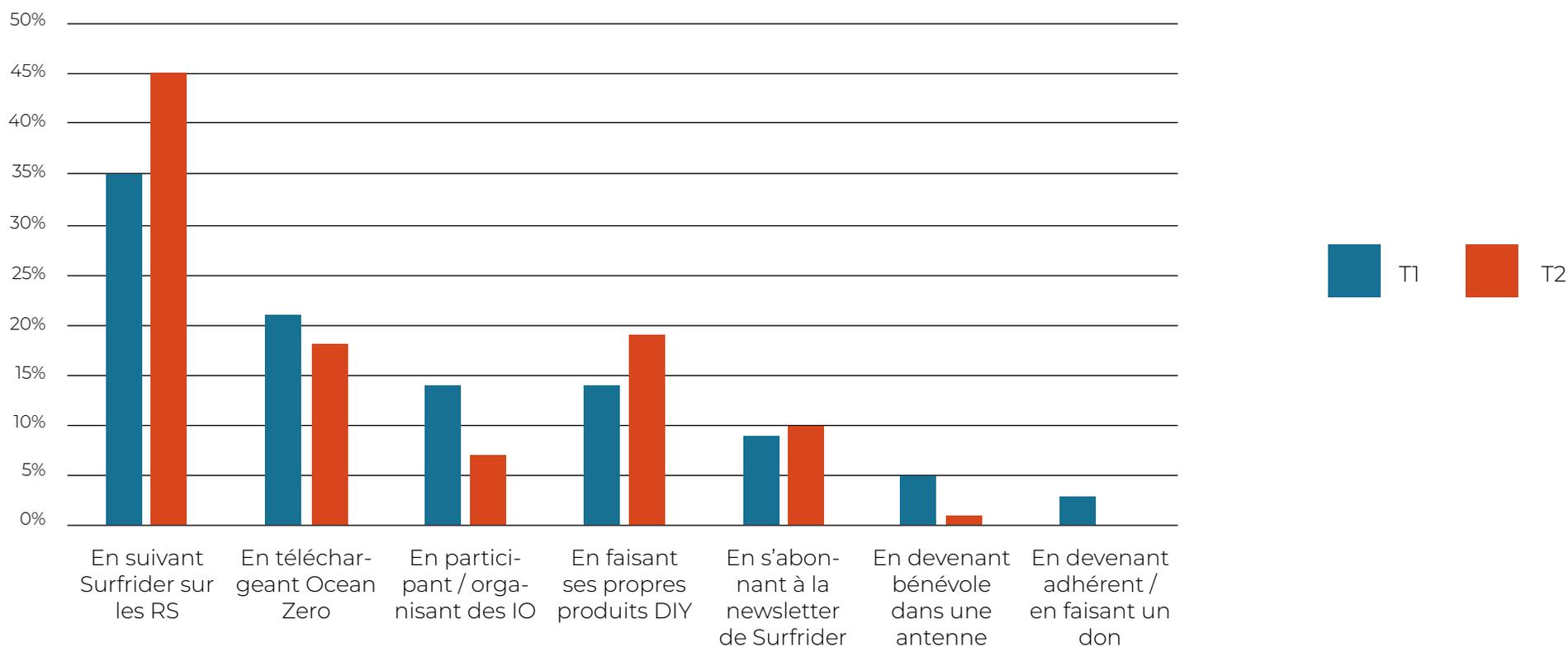
On observe que la part de participants étant passé à l'action dépasse celle d'intention de passage à l'action pour 3 activités : suivre Surfrider sur les réseaux sociaux (45% contre 35%), faire ses propres produits DIY avec les tutos d'Ocean Campus (19% contre 14%) et s'abonner à la newsletter (10% contre 9%).

Pour les autres activités, à l'inverse, 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. 18% des participants ont téléchargé l'appli Ocean Zero contre 21% qui en avaient l'intention ; 7% ont participé ou organisé une Initiative Océane contre 14% qui en avait l'intention ; 1% sont devenus bénévoles dans une antenne Surfrider contre 5% qui en avaient l'intention et aucun participant n'a adhéré ou fait un don alors que 3% en avaient l'intention.

FIGURE 5 :

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=305) et le passage à l'action un mois après (T2, N=131)



SATISFACTION PAR ACTIVITES (CONDITIONNELLES)

Questions conditionnelles sur les collectes de déchets (pédestres et kayak) :

- **95%** : taux de satisfaction sur la répartition du temps entre la collecte, la quantification (tri des déchets) et la sensibilisation (échanges avec les animateurs).
- **98%** : taux de satisfaction concernant le matériel fourni pour la collecte de déchets (époussettes, sacs, gants).
- **96%** : taux de satisfaction concernant l'activité en kayak.

Questions conditionnelles sur les ateliers DIY :

Attention : sur cette activité, le taux de réponse en T1 est trop faible et les réponses ne peuvent donc pas être considérées comme représentatives ici.

- **100%** : taux de satisfaction concernant les produits fabriqués (T1).
- **100%** : participants qui pensent reproduire les produits / refaire les recettes (T1).
- Un mois après l'atelier, **62%** ont utilisé les produits DIY, **31%** compte les utiliser et **7%** n'ont pas l'intention d'utiliser les produits. **59%** comptent refaire les produits, **31%** ont déjà reproduit les recettes et **10%** ne comptent pas le faire (T2).

Question conditionnelle pour les activités digitales :

« Étiez-vous à l'aise avec les outils d'animation utilisés pendant l'activité (Teams/Zoom/Kahoot/Klaxoon/Mural...) ? »

→ **97%** à l'aise

LES PARTICIPANTS PARLENT-ILS DE NOUS ?

Les participants aux activités JSE partagent-ils l'expérience / parlent de l'activité réalisée avec Surfrider à leur entourage ?
→ Oui pour plus de 75% !

Les participants aux activités JSE partagent-ils leurs nouvelles connaissances à leur entourage ?
→ Oui, pour plus de 88% !

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
<p>Niveau 1 : s'informer et diffuser</p>	<p><i>Je sais et je m'exprime dans/ en dehors de mon entreprise (discuter du sujet).</i></p>	<p>H1 : Les participants aux activités JSE ont une meilleure connaissance des enjeux environnementaux après l'activité.</p> <p>H4 : Les participants aux activités JSE partagent l'expérience / parlent de l'activité réalisée avec Surfrider à leur entourage.</p> <p>HS1 : Les participants aux activités JSE découvrent des solutions pour changer leurs habitudes de consommation.</p> <p>HS2 : Les participants aux collectes de déchet prennent conscience de l'étendue de la pollution marine.</p> <p>HS4 : Les participants aux activités JSE partagent leurs nouvelles connaissances à leur entourage.</p>
<p>Niveau 2 : agir</p>	<p><i>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).</i></p>	<p>H2 : Les participants aux activités JSE ont un changement de comportement positif pour l'environnement après l'activité.</p>
<p>Niveau 3 : transmettre</p>	<p><i>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 événement de sensibilisation, etc).</i></p>	<p>H2 : Les participants aux activités JSE ont un changement de comportement positif pour l'environnement après l'activité.</p> <p>H3 : Les participants aux activités JSE s'engagent avec Surfrider après l'activité (engagement plutôt ponctuel ou digital).</p>



Cette étude d'impact **nous permet de valider toutes nos hypothèses de départ et de confirmer l'impact positif qu'ont les JSE** 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 la population cible des JSE et des répondants à l'enquête est déjà assez sensibilisée et que les passages à l'action concrets et dans le long terme restent faibles.

RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR 2022

- La mesure d'impact sur le passage à l'action **reste à améliorer** car les taux de réponse sur le T2 sont plus faibles.
- **Appuyer sur l'engagement Surfrider** afin de présenter davantage les solutions les plus importantes pour l'association : devenir adhérent ou bénévole, faire un don, participer à une Initiative océane...
- De même, 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 :**

- **Simplifier** notre discours de sensibilisation
- **Appuyer davantage sur les solutions** lors du débrief, et ne pas oublier cette étape lors des Fresques du climat.
- **Améliorer le matériel** (contenant distinctif pour les mégots, pinces pour ramasser les déchets, bacs de tri en cas de vent...).
- Rendre la partie quantification **plus ludique et efficace**.

RECOMMANDATIONS MÉTHODOLOGIQUES

- Modification du **support d'enquête** et méthodologie pour l'année suivante :
 - Passage 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**.
- Émissions d'hypothèses plus **ambitieuses** pour 2022.



SURFRIDER
FOUNDATION EUROPE

