

# GUIDE DE LA MESURE D'IMPACT SOCIAL



Rexel  
fondation   
POUR LE PROGRES ÉNERGÉTIQUE

 iM PROVE

## SOMMAIRE

## NOTE

Bien que vous puissiez bien sûr l'imprimer, ce guide est interactif, et vous permet donc une navigation par thématique, en quelques clics !

INTRODUCTION	2	3	COMMENT MESURER SON IMPACT?	10
1	POURQUOI MESURER MON IMPACT?	4		
2	PRÉREQUIS À LA MESURE D'IMPACT SOCIAL	6		
	Qu'est-ce que l'impact social?	6		
	Qu'est-ce que la mesure de l'impact social?	7		
	Les méthodes de mesure	8		
			<b>Les étapes de la mesure d'impact</b>	<b>10</b>
			<b>3.1 Cadrage de la mesure d'impact</b>	<b>12</b>
			De quoi s'agit-il?	12
			Les conseils d'(IM)PROVE	13
			À vous de jouer!	13
			Illustration	15
			<b>3.2 Cartographie des parties prenantes</b>	<b>16</b>
			De quoi s'agit-il?	16
			Les conseils d'(IM)PROVE	16
			À vous de jouer!	17
			Illustration	18
			<b>3.3 Formalisation de la mission sociale</b>	<b>20</b>
			De quoi s'agit-il?	20
			À vous de jouer!	21
			Illustration	21
			<b>3.4 Cartographie des impacts sociaux</b>	<b>24</b>
			De quoi s'agit-il?	24
			Les conseils d'(IM)PROVE	25
			À vous de jouer!	26
			Illustration	27
			<b>3.5 Définition des indicateurs</b>	<b>30</b>
			De quoi s'agit-il?	30
			Les conseils d'(IM)PROVE	31
			À vous de jouer!	31
			Illustration	32
			<b>3.6 Formalisation de la méthodologie</b>	<b>34</b>
			De quoi s'agit-il?	34
			À vous de jouer!	35
			Illustration	35
			<b>3.7 Collecte des données</b>	<b>36</b>
			De quoi s'agit-il?	36
			Les conseils d'(IM)PROVE	37
			À vous de jouer!	37
			<b>3.8 Analyse et restitution des résultats</b>	<b>38</b>
			De quoi s'agit-il?	38
			Les conseils d'(IM)PROVE	38
			À vous de jouer!	39
			Illustration	39
		4	CONCLUSION	40
		5	BIBLIOGRAPHIE	43

# INTRODUCTION

La plupart des entrepreneurs sociaux sont convaincus que la mesure d'impact a des vertus positives : guider et piloter sa stratégie, s'améliorer, valoriser le travail de ses salariés et bénévoles, rendre compte à ses financeurs et partenaires, communiquer efficacement, etc. Néanmoins, entreprendre la mesure de son impact n'est pas un exercice si simple. Perçue comme chronophage, coûteuse et technique, une mesure d'impact peut être un projet dissuasif pour certains entrepreneurs sociaux s'ils ne sont pas accompagnés.

C'est la raison pour laquelle la Fondation Rexel a demandé à (IM)PROVE de concevoir un guide **méthodologique libre, simple et illustré** pour accompagner les entrepreneurs sociaux dans le processus de mesure d'impact et, également, de concevoir une **table des indicateurs clés à mesurer en fonction de la mission sociale de l'entrepreneur** : accès à l'énergie, rénovation énergétique, promotion et financement des énergies renouvelables, développement de matériels et solutions innovants pour le progrès énergétique, sensibilisation des ménages en situation de précarité énergétique, formation et insertion professionnelle.

AMÉLIE ANDRÉ,  
SECRÉTAIRE  
GÉNÉRALE  
DE LA FONDATION  
REXEL

« Si une mesure d'impact est souvent réalisée à la demande des financeurs, il nous a semblé pertinent, en tant que Fondation, de contribuer à l'élaboration d'outils facilitant cette évaluation. Issu de

l'expertise d'(IM)PROVE – dont la méthodologie a été testée et approuvée – ce guide constitue un outil précieux pour les entreprises sociales de notre plateforme. Nous espérons qu'il vous aidera. »

JEAN-JÉRÔME  
CALVIER,  
DIRECTEUR  
GÉNÉRAL ADJOINT  
D'ULISSE, À  
L'ORIGINE DU  
SERVICE SOLENI

« Cette mesure d'impact a été l'opportunité d'objectiver et de quantifier l'ensemble des retours positifs des ménages et des prescripteurs que les conseillers SOLENI recueillaient sur le terrain depuis 3 ans. Les forces du modèle de SOLENI ont clairement été mises en valeur : deux visites à domicile créatrices de lien social, diagnostic complet et individualisé, réalisé par une tierce partie de confiance composée de conseillers énergie professionnels, proches

et à l'écoute. En parallèle, les bénéficiaires directs ont observé une évolution de leurs usages de l'énergie et de l'eau ainsi qu'une meilleure maîtrise des consommations et des factures. Ils ont enfin jugé que les équipements installés étaient efficaces et qu'ils se sentaient mieux chez eux. Toutes ces données sont essentielles pour fidéliser les clients actuels et convaincre les prospects dans une perspective de changement d'échelle. »

MÉLANIE PONSON,  
DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE  
DE L'ASSOCIATION  
(IM)PROVE

« La mission d'(IM)PROVE est d'accompagner les innovations sociales dans leur déploiement, de les aider à faire mieux, faire plus grand et faire savoir. La mesure d'impact est un outil clé pour atteindre de tels objectifs. Si cette démarche est souvent perçue comme

un coût, elle constitue en réalité un investissement pour l'avenir de tout projet socialement innovant. Au-delà du diagnostic, la mesure permet d'identifier des axes d'amélioration et d'innovation, pour continuer d'innover et pousser le projet un cran plus loin. »

# 1. POURQUOI MESURER MON IMPACT ?

Vous souhaitez prendre du recul par rapport à votre stratégie ?

Vous souhaitez mieux connaître vos bénéficiaires ?

Vous souhaitez comparer la pertinence de différents produits, services et actions pour arbitrer ?

Ou comprendre la spécificité d'une zone géographique par rapport à une autre ?

Vos partenaires vous challengent sur vos résultats et la pertinence de vos actions ?

Ou vous souhaitez pérenniser vos partenariats en prouvant la plus-value de votre service ?

Vous cherchez à instaurer un dialogue transparent avec vos partenaires ?

Vous souhaitez intégrer l'impact social comme critère de décision stratégique, en d'autres termes en faire un outil de pilotage de la stratégie ?






Vous cherchez à communiquer plus efficacement sur vos actions ?

À faire reconnaître et valoriser le travail des salariés / bénévoles pour renforcer leur adhésion au projet ?

Vous avez coché plus de 3 cases ?  
Vous avez besoin d'une mesure d'impact, alors suivez le guide !

AU-DELÀ DES CHIFFRES, CE QUE LA MESURE D'IMPACT PEUT VOUS APPORTER :

Les entrepreneurs sociaux affirment que la mesure d'impact les a aidés à

Questionner et faire progresser la stratégie sociale	88 %	
Suivre leur impact social sur le long terme	71 %	
Légitimer leur action, apporter la preuve du concept	79 %	
Faciliter la coopération et la co-création	79 %	
Adapter leur offre, leur stratégie marketing	75 %	

Enquête réalisée auprès des entrepreneurs sociaux accompagnés par (IM)PROVE

## 2. PRÉREQUIS À LA MESURE D'IMPACT SOCIAL

### Qu'est-ce que l'impact social ?

Les entrepreneurs sociaux et associations poursuivent une mission sociale. Pour remplir cette mission, ils mettent en place une stratégie et un plan d'action. **L'impact social est l'ensemble des changements positifs**

**ou négatifs, attendus ou inattendus, et durables engendrés par les activités mises en place et attribuables à ces activités.** Ces impacts peuvent être de nature environnementale, économique ou sociale.

#### DIFFÉRENCIER PERFORMANCE, RÉSULTAT ET IMPACT

##### La performance

est caractérisée par des indicateurs de réalisation ou de performance comme la quantité de personnes touchées, le nombre de produits/ services vendus, la satisfaction... Il s'agit de données le plus souvent quantitatives qui ne donnent en général pas d'information sur le changement.

##### Le résultat

c'est tout ce qui caractérise l'évolution de la situation de nos bénéficiaires, partenaires, clients, et plus largement de l'environnement sur lequel l'activité pourrait avoir une influence.

##### L'impact

c'est ce qui est dû ou attribuable à notre action c'est-à-dire les résultats moins ce qui se serait passé quoi qu'il arrive, sans notre intervention.

### Distribution de lampes solaires

- × **MISSION SOCIALE**  
améliorer la qualité de vie dans les pays en voie de développement
- × **STRATÉGIE**  
favoriser l'accès à une énergie propre et bon marché
- × **PLAN D'ACTION**  
vendre des lampes solaires
- × **PERFORMANCE**  
nombre de lampes vendues et de personnes touchées
- × **RÉSULTAT**  
meilleur éclairage, amélioration de la situation économique, de la santé et de l'éducation des enfants.
- × **IMPACT**  
amélioration de la situation économique = réduction des dépenses énergétiques - ce qui est dû à la baisse du prix du kérosène ou à l'évolution de la taille du foyer.



## Qu'est-ce que la mesure de l'impact social ?

- × C'est partir d'une hypothèse : «l'activité a des impacts d'une certaine nature sur certaines parties prenantes»
- × C'est mettre en place des indicateurs permettant de mesurer ces impacts
- × Puis, collecter et analyser les données quantitatives et qualitatives relevées
- × Et enfin, en conclure en lien avec l'hypothèse de départ, à l'atteinte des objectifs fixés et à la mise en évidence potentielle d'impacts non recherchés

### ON PEUT VOULOIR MESURER L'IMPACT D'UN PROJET :

#### En amont

du lancement de l'activité pour mettre en place les outils de mesure du futur impact social ou pour estimer théoriquement les impacts prévisionnels ;

#### En aval,

pour valider l'atteinte des objectifs ;

#### En continu

(mesure longitudinale) pour piloter l'impact social.



### LA MESURE D'IMPACT

La mesure d'impact ne permet pas de mesurer la pertinence des objectifs du projet par rapport aux besoins des bénéficiaires ou de la société. Elle ne permet pas non plus de vérifier la cohérence entre objectifs et ressources investies dans l'activité.



### L'APPROCHE UTILISÉE

L'approche utilisée peut-être la même quel que soit le modèle économique de l'organisation étudiée. La seule différence résidera en effet dans l'origine des fonds servant à financer le projet (invisible dans le cadre d'une mesure d'impact sans monétisation, important dans le cadre du calcul du retour sur l'investissement social ou de l'approche coût-bénéfice) ou la contribution financière des bénéficiaires (et donc sur certains impacts comme la situation économique, la dépendance, ...).

## Les méthodes de mesure

### Zoom sur l'approche coûts-bénéfices

Dans le cas où la mesure d'impact nécessite d'aboutir à la valorisation de la plus-value économique de la solution déployée, il est possible d'avoir recours à l'approche coûts-bénéfices qui met en regard le coût de la solution et les revenus générés ou coûts évités. Cela permet de calculer un retour sur l'investissement financier qui parlera aux financeurs concernés.

Cette méthodologie nécessite de suivre un certain nombre d'étapes similaires à la méthodologie présentée dans ce guide (notamment la cartographie des impacts) pour ne garder que les impacts financiers, élaborer des scénarii et conclure sur la rentabilité économique du service ou du produit.

Pour visualiser les résultats d'une telle démarche, consultez l'étude de Mc Kinsey pour les Entrepreneurs sociaux du réseau Ashoka.

Beaucoup de méthodologies permettent d'évaluer la performance sociale ou l'impact social. Bon nombre d'entre elles sont répertoriées par le Trasi Foundation Center <sup>1</sup>.

L'approche d'(IM)PROVE (la méthodologie i-Cube, pour « Immersion & Impact Improvement ») est, quant à elle, inspirée du SROI (Social Return On Investment).

Il s'agit :

- 1 D'une démarche concertée ;
- 2 Non monétisée ;
- 3 Qui inclut une sélection d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs d'impact sociaux, économiques et environnementaux adaptée à l'organisation et à son contexte ;
- 4 Et qui inclut une phase de collecte de données d'impact via des enquêtes terrain.

Pour mesurer l'impact il faut à la fois mesurer le changement et l'attribution de ce changement à la solution étudiée.

## 1 Le changement peut être évalué (par ordre de précision décroissante)

### ENQUÊTE AVANT-APRÈS

Organisation de deux temps de collecte et comparaison de la situation avant (baseline) et après;

### ENQUÊTE A POSTERIORI

En interrogeant les cibles sur leur perception de l'évolution de la situation.

## 2 L'attribution peut être évaluée (par ordre de précision décroissante)

### RANDOMISATION <sup>2</sup>

En sélectionnant aléatoirement, parmi une population, les individus recevant le service/produit et ceux ne le recevant pas, de sorte à comparer l'évolution du groupe cible au groupe témoin constitué;

### MATCHING

En formant des paires d'individus (un individu cible, un individu témoin) ayant des caractéristiques similaires et comparant leurs évolutions respectives;

### EN CONSTITUANT UN GROUPE TÉMOIN

(comparable avec le groupe cible) a posteriori;

### EN INTERROGEANT LES CIBLES

sur leur perception de l'attribution de ces changements.

3 Techniquement, il n'est malheureusement pas toujours possible de disposer d'une baseline ou encore d'un groupe témoin.

4 Le recul disponible (changements durables ou apparaissant sur le long terme) peut aussi être limitant en termes de rigueur d'évaluation.

1 - <http://trasi.foundationcenter.org/browse.php>

2 - La méthode de randomisation est extrêmement coûteuse et rarement adaptée aux besoins des entrepreneurs sociaux de taille modeste.

## 3. COMMENT MESURER SON IMPACT ?

Voici les 8 étapes de la mesure d'impact qui seront détaillées dans les prochains chapitres.

1



### Cadrage de la mesure

- × Quoi ?
- × Pour qui ?
- × Pourquoi ?
- × Comment ?

2



### Cartographie des parties prenantes

- × Qui sont les parties prenantes de mon organisation ?
- × Lesquelles étudier ?
- × Lesquelles impliquer ?

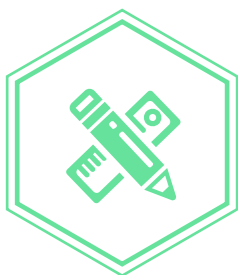
3



### Formalisation de la mission sociale

- × Quelle est ma mission sociale ?
- × Quelles sont mes cibles ?
- × Quels sont les enjeux ?
- × Quelles sont mes activités clés ?

5



### Définition des indica- teurs

- × Comment mesurer les impacts cartographiés ?

8



### Analyse et restitution des données

- × Comment analyser ?
- × Comment restituer les résultats de l'étude ?

4



### Cartographie des impacts sociaux

- × Quels sont les impacts attendus de mon action ? Quels impacts inattendus ont été observés ?
- × Quel périmètre réduit d'impacts conserver pour l'étude ?

7



### Collecte des données

- × Comment définir l'échantillon de la population interrogée ?
- × Sur quel outil créer le questionnaire ?

6



### Formalisation de la métho- dologie

- × Comment évaluer le changement ? Comment évaluer l'attribution ?
- × Comment administrer les questionnaires ?
- × Auprès de qui ?
- × Par qui ?
- × À quel(s) moment(s) ?

Pour chaque étape, vous trouverez les sections suivantes :

#### DE QUOI S'AGIT-IL ?

Quelques notions théoriques sur l'étape en question.

#### LES CONSEILS D'(IM)PROVE

Des conseils, bonnes pratiques et astuces utiles à la réalisation de l'étape.

#### À VOUS DE JOUER !

Les outils et éléments pour mettre en pratique la théorie.

#### ILLUSTRATION

Un exemple d'application des outils au cas réel d'un acteur de l'innovation sociale.

# 3.1

## Cadrage de la mesure d'impact



1

**DE QUOI  
S'AGIT-IL?**

Avant de se lancer dans une mesure d'impact, il faut commencer par s'interroger sur les objectifs,

la cible et les moyens, puis revenir sur 3 concepts clés : la pertinence, la faisabilité et la transparence.

### Pertinence

Les objectifs doivent être précisés et en ligne avec le contexte de l'organisation, ses challenges et ses besoins. Il est donc nécessaire d'identifier la finalité de l'évaluation (pourquoi? pour qui?) et de préciser la question évaluative (la ou les questions auxquelles on cherche des réponses)

### Transparence

Quels que soient vos choix, vous devez préciser et annoncer clairement aux parties prenantes, ou lecteurs du rapport, la nature, le champ et l'objet du processus de mesure et d'évaluation.

Répondre à ces questions permettra de définir le périmètre de la mesure d'impact (géographie, activités, parties prenantes...).

### Faisabilité

Il faut à tout prix s'assurer que vous n'êtes pas limités

- × En ressources en temps et en ressources financières
  - Pensez à solliciter vos partenaires financiers pour vous aider dans le financement de cette étude
  - Prévoyez une charge de travail importante en début et fin de mission!
- × Dans le temps : y a-t-il des deadlines particulières que l'étude doit respecter (rapport annuel, levée de fonds...) ou des périodes plus ou moins propices à la collecte de données?
- × Techniquement : est-il vraiment possible de mesurer cet impact? D'interviewer les personnes concernées?



2

LES CONSEILS D'(IM)PROVE

Avant de vous lancer

- × Mobilisez vos salariés et parties prenantes sur une base positive : faites leur comprendre l'intérêt de la mesure d'impact, rassurez-les sur le fait qu'il ne s'agit pas d'un contrôle et faites les participer.
- × Ne mesurez pas tout en même temps : commencer petit mais qualitatif, quitte à enrichir les années suivantes.
- × Développez une culture de partage et de co-construction : partager vos retours d'expérience et n'hésitez pas à demander à ceux qui se sont déjà lancés dans l'aventure.
- × Calez au maximum les processus de la mesure d'impact sur les processus existants (enquêtes de satisfaction, processus opérationnels...).
- × Faire un mini diagnostic à partir des **retours d'expérience** de vos salariés, bénévoles, bénéficiaires et autres parties prenantes pertinentes sur les effets et changements provoqués par votre intervention, les points forts et les axes d'amélioration de votre activité.



À VOUS DE JOUER!

Cochez les réponses qui correspondent à votre situation

	● Ciblée	▲ Exploratoire	■ Complète
(Pour quoi ?) La mesure d'impact devrait me permettre de...	Vérifier le niveau d'atteinte des 5 principaux impacts recherchés et inscrits dans ma mission sociale	Comprendre les mécanismes du changement auprès d'un ou deux types de parties prenantes	Étudier en détail tous les changements positifs/négatifs recherchés ou non, dus à mon activité
(Quoi ?) Je souhaite principalement...	Disposer de quelques chiffres clés fiables pour convaincre des financeurs, prouver mon impact et communiquer	Comprendre mon impact pour améliorer mon offre/ ma stratégie/ mon modèle	Disposer de données chiffrées et détaillées pour prouver et améliorer mon impact
(Pour qui ?) Je compte communiquer les résultats...	En interne et auprès de mes parties prenantes (dont financeurs) ainsi qu'auprès du grand public	En interne seulement	En interne, auprès de mes parties prenantes (dont financeurs) ainsi qu'auprès du grand public
(Comment ?) Quelles ressources puis-je investir dans cette étude (RH, budget...)	€	€€	€€€

VOS RÉSULTATS :



En fonction du nombre de ● ▲ ■ que vous avez cochés, nous vous conseillons de lancer le type de mesure d'impact suivant :

	● Ciblée	▲ Exploratoire	■ Complète
Nombre d'impacts étudiés	Limité	Étendu	Étendu
Nature des impacts	Directs	Directs et indirects	Directs et indirects
Nombre de parties prenantes incluses	Limité	Limité	Étendu
Fiabilité des résultats	Importante	Moyenne	Importante
Appui d'un évaluateur externe	Conseillé	Pas nécessaire	Conseillé
Charge de travail due au cadrage (recherches bibliographiques et interviews)	+	++	+++
Charge de travail due à la collecte	++ (questionnaires courts et fermés mais administrés à un grand nombre de personnes)	++ (questionnaires longs et ouverts mais administrés à un plus faible nombre de personnes)	+++ (questionnaires longs et ouverts et administrés à un grand nombre de personnes)
Charge de travail due à l'analyse	+ (peu de retraitement et beaucoup de questionnaires)	++ (retraitement des données qualitatives mais peu de questionnaires)	+++ (retraitement des données qualitatives sur beaucoup de questionnaires)
Charge de travail due à la restitution	++ (concision et effort de mise en page)	+ (moins d'effort de concision et de mise en page)	+++ (beaucoup d'informations à résumer et effort de mise en page)





**ILLUS-  
TRATION**

Tout au long du guide, l'exemple de SOLENI sera développé pour illustrer les concepts présentés. SOLENI est un service développé par l'entreprise d'insertion ULISSE Énergie, basée à Grenoble.

SOLENI propose un accompagnement sociotechnique aux ménages en situation de précarité énergétique (orientés par leurs partenaires) pour les aider à mieux maîtriser leurs consommations d'eau et d'énergie. Suite à un diagnostic initial, SOLENI intervient

une seconde fois auprès du ménage pour mettre en place les solutions appropriées (petits travaux et pose de matériel efficace) et transférer les connaissances essentielles liées à la consommation de fluides. La particularité de SOLENI est de mener un double combat contre la précarité énergétique et pour l'insertion professionnelle en ouvrant les postes de conseillers à des publics éloignés de l'emploi.

**Type de mission ciblée**

(Pour quoi?) La mesure d'impact devrait me permettre de...	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Vérifier le niveau d'atteinte des principaux impacts recherchés et inscrits dans la mission sociale de SOLENI,</li> <li>× Comprendre les mécanismes de changement de comportement des familles,</li> <li>× Identifier des axes d'amélioration du service.</li> </ul>
(Quoi?) Je souhaite principalement...	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Mesurer les impacts réels et perçus pour les ménages en situation de précarité énergétique,</li> <li>× Comprendre les mécanismes de changement de comportement des familles,</li> <li>× Disposer de quelques chiffres clés fiables pour prouver l'impact de la solution, convaincre des clients et communiquer.</li> </ul>
(Pour qui?) Je compte communiquer les résultats...	En interne et en externe pour démontrer l'efficacité du service aux bénéficiaires ainsi qu'aux partenaires et clients.
(Comment?) Quelles ressources?	Intervention d'une équipe de 3 personnes externes en immersion pendant 1,5 mois dans la structure. Coordination interne par le directeur adjoint d'Ulisse, en charge du développement de SOLENI.
Nature des impacts	Directs (situation économique, confort et bien-être, santé, lien social, évolution des connaissances) - 15 dimensions d'impact retenues.
Nombre de parties prenantes incluses	5 (clients, prescripteurs, financeurs, bénéficiaires directs, salariés en insertion).
Fiabilité des résultats	Importante.
Appui d'un évaluateur externe	Oui, (IM)PROVE.
Charge de travail due au cadrage (recherches bibliographiques et interviews)	Interview d'experts, interview de parties prenantes clés, recherches bibliographiques.

## 3.2

# Cartographie des parties prenantes



**1**

**DE QUOI  
S'AGIT-IL ?**

Vos parties prenantes sont des acteurs incontournables de la mesure d'impact qu'il faut impliquer dès le début, soit de manière individuelle (via des entretiens et des échanges sur leurs attentes), soit collectivement en mettant en place un Comité de pilotage constitué des parties prenantes clés.

Il est donc important d'avoir une vue d'ensemble de ses parties prenantes avant de choisir celles qui constitueront votre périmètre d'étude : les parties prenantes sur lesquelles vous souhaitez étudier votre impact et celles que vous souhaitez impliquer dans le projet de mesure d'impact.



**2**

**LES CONSEILS  
D'(IM)PROVE**

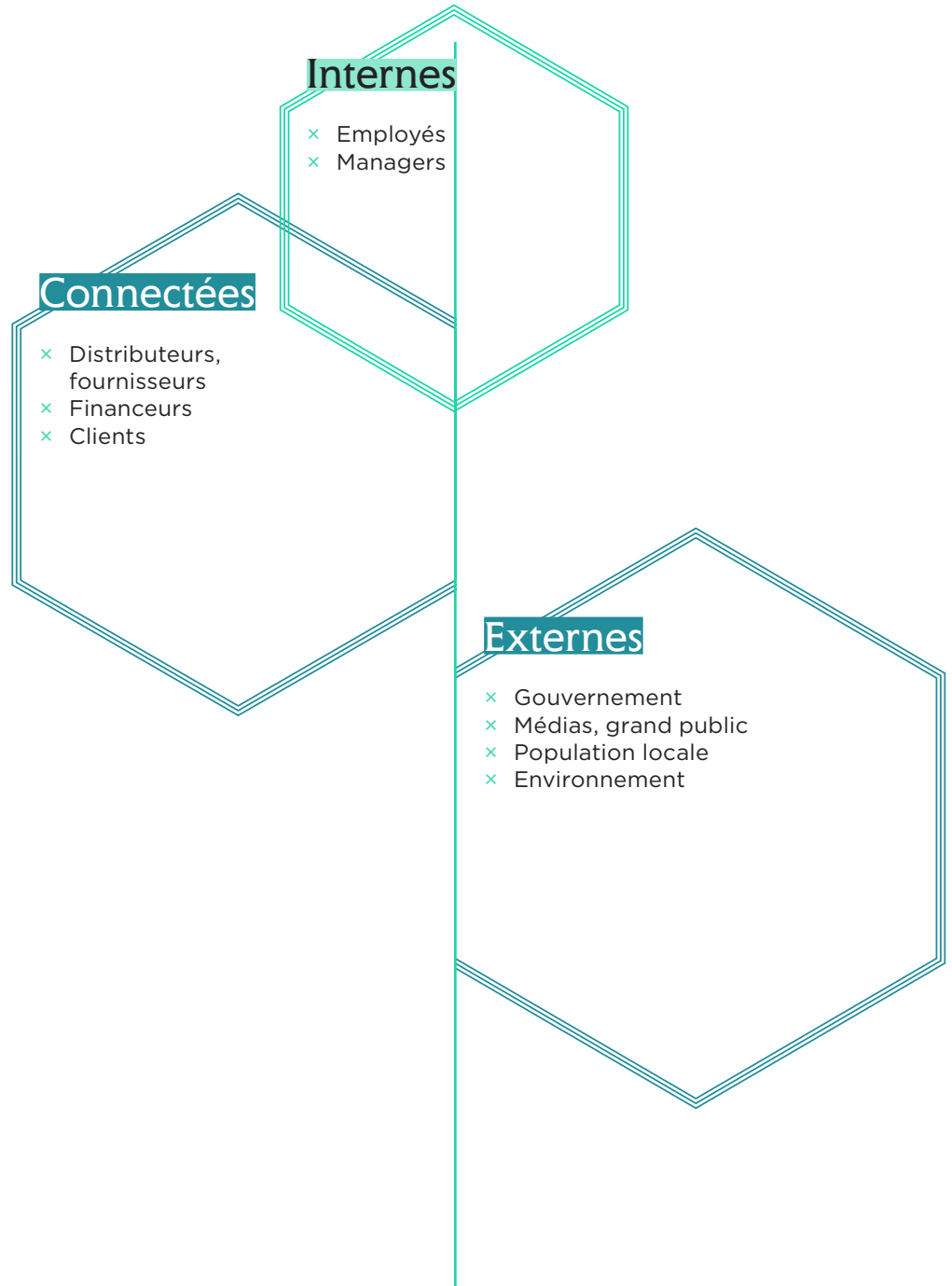
Le périmètre de la mesure d'impact se limite généralement aux parties prenantes qui se situent au cœur de votre mission sociale et sont fortement impactées positivement ou négativement par votre activité.



**À VOUS  
DE  
JOUER!**

**1**

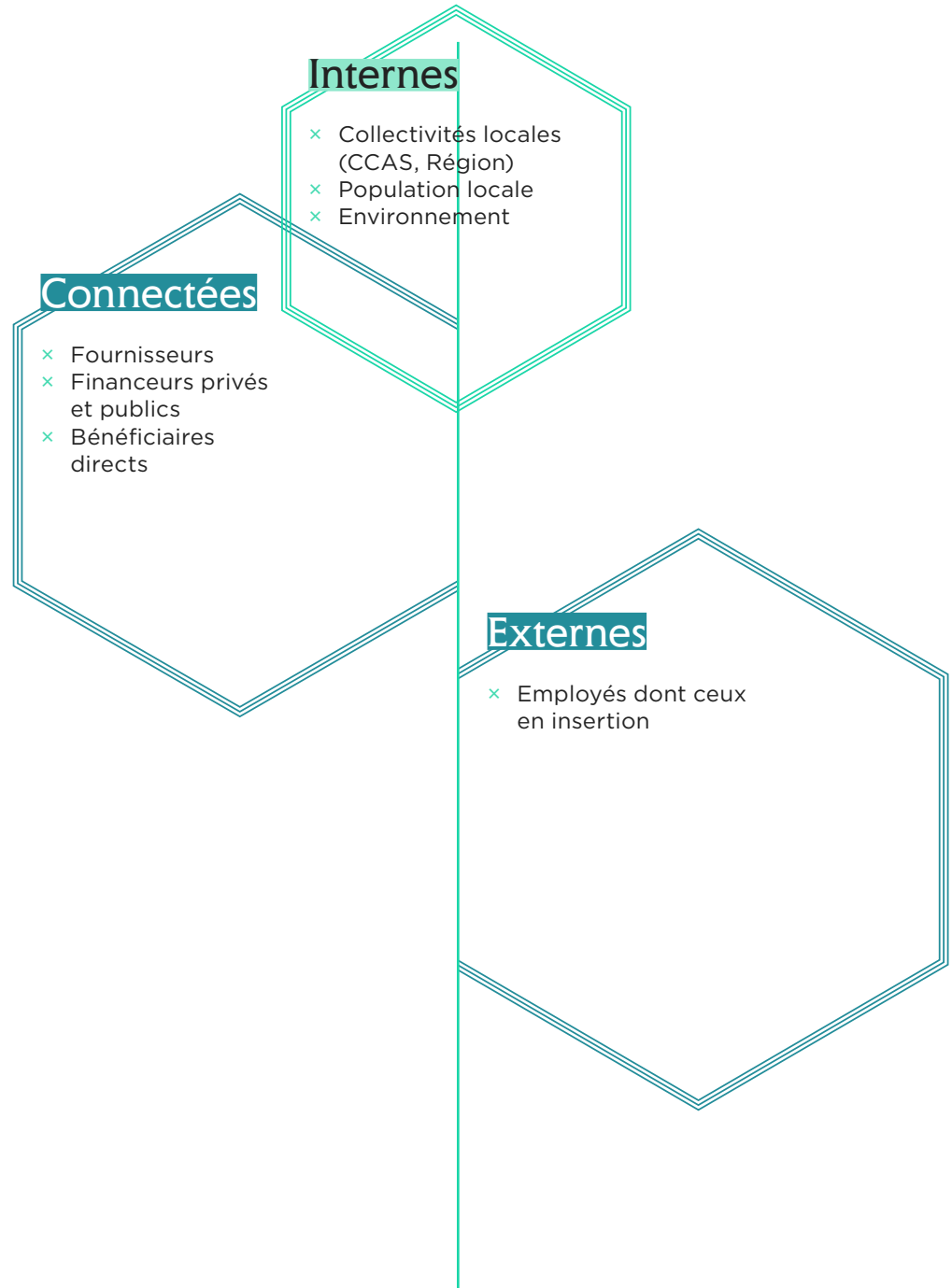
Grâce au modèle ci-dessous, listez dans un premier temps de manière exhaustive, les parties prenantes de votre organisation.





**ILLUS-  
TRATION**

## Le cas de la mission SOLENI



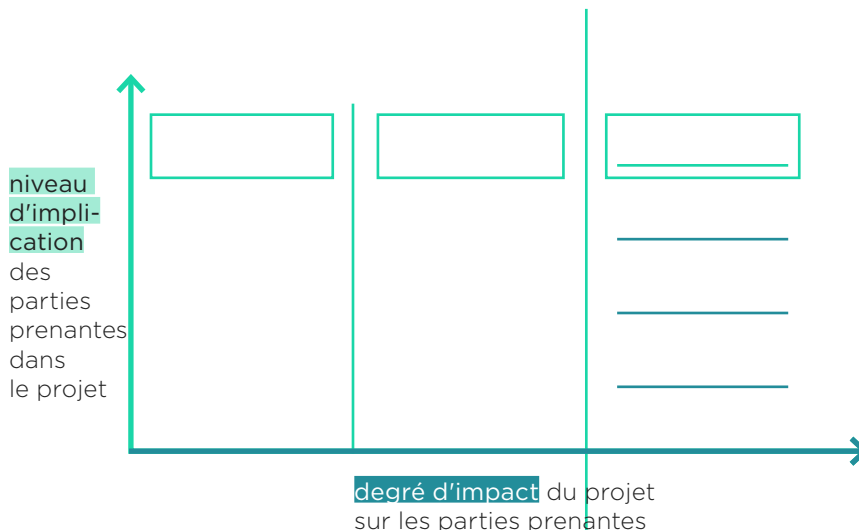


À VOUS DE JOUER!

2

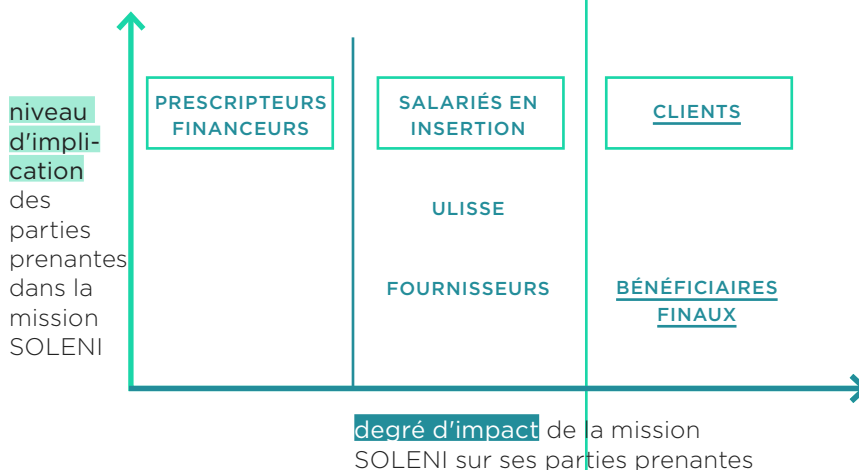
## Puis, dans un second temps, classez les parties prenantes en deux catégories :

- × Les parties prenantes les plus **impactées** par le projet et méritant d'être **étudiées**,
- × Les parties prenantes les plus **impliquées** dans le projet et méritant d'être **incluses** dans la réflexion autour de la mesure d'impact.



ILLUSTRATION

## Le cas de la mission SOLENI



## 3.3

# Formalisation de la mission sociale



1

DE QUOI  
S'AGIT-IL?

Dans le cadre d'une étude d'impact, il est essentiel de faire le lien avec le contexte social, la problématique globale du secteur et la mission sociale de l'organisation car le but principal de l'exercice est de **vérifier l'atteinte des objectifs qu'une structure se fixe.**

Le périmètre des parties prenantes peut d'ailleurs être revu à la lumière de cette clarification.

Nota Bene : la mesure d'impact n'a pas pour autant pour but de vérifier la pertinence de la réponse à un besoin ou problématique sociale.



**Formalisez votre mission sociale en deux étapes :**

1 Précisez la problématique sociale à laquelle votre organisation s'attaque.

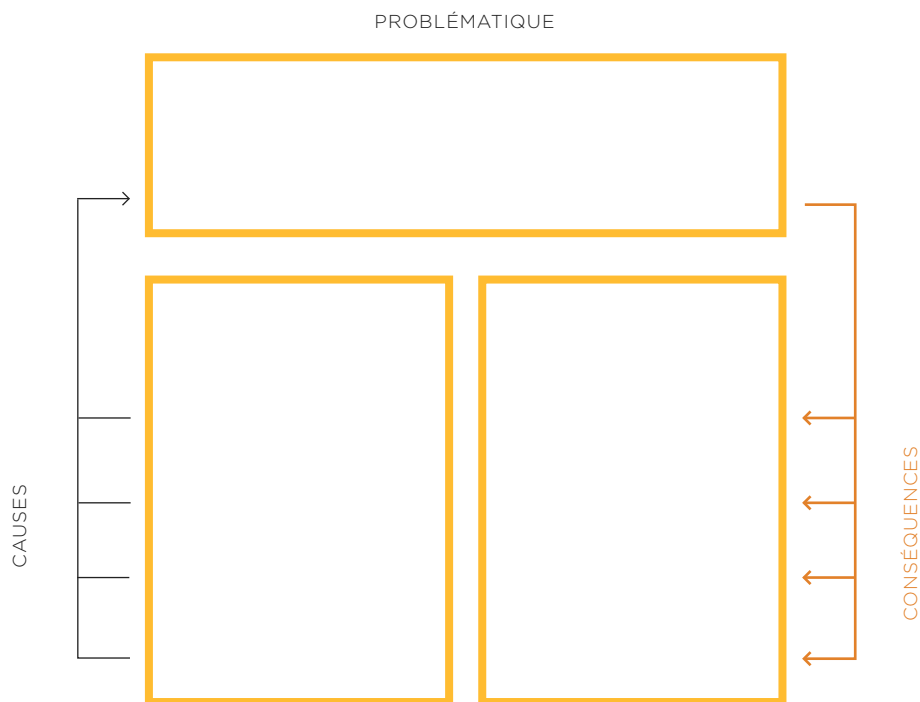
2 Dans ce contexte, précisez la mission sociale précise de votre projet, les principaux enjeux identifiés et les activités mises en place pour solutionner ces enjeux et remplir sa mission sociale.



À VOUS  
DE  
JOUER!

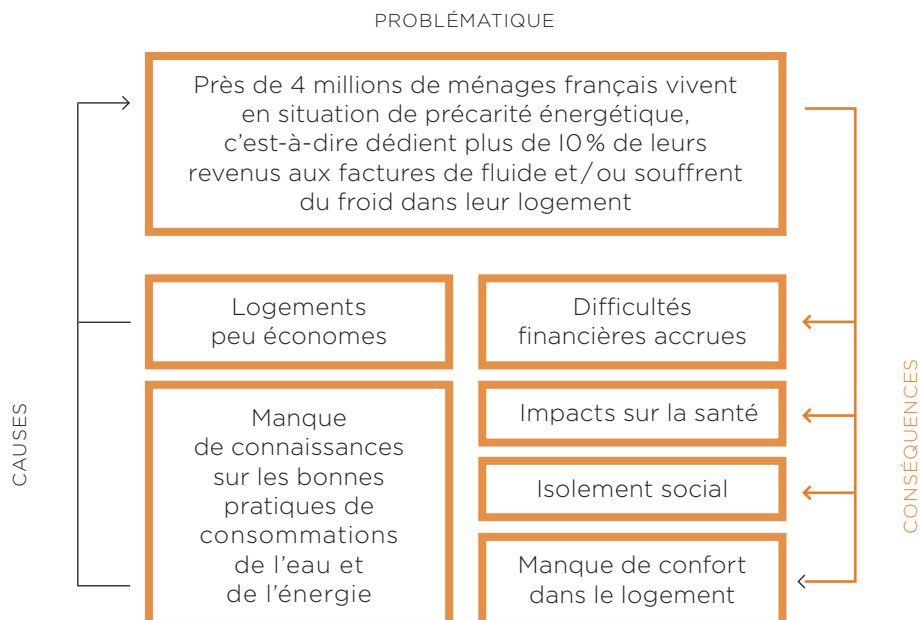
1

## Votre problématique sociale



ILLUS-  
TRATION

## La problématique sociale de SOLENI

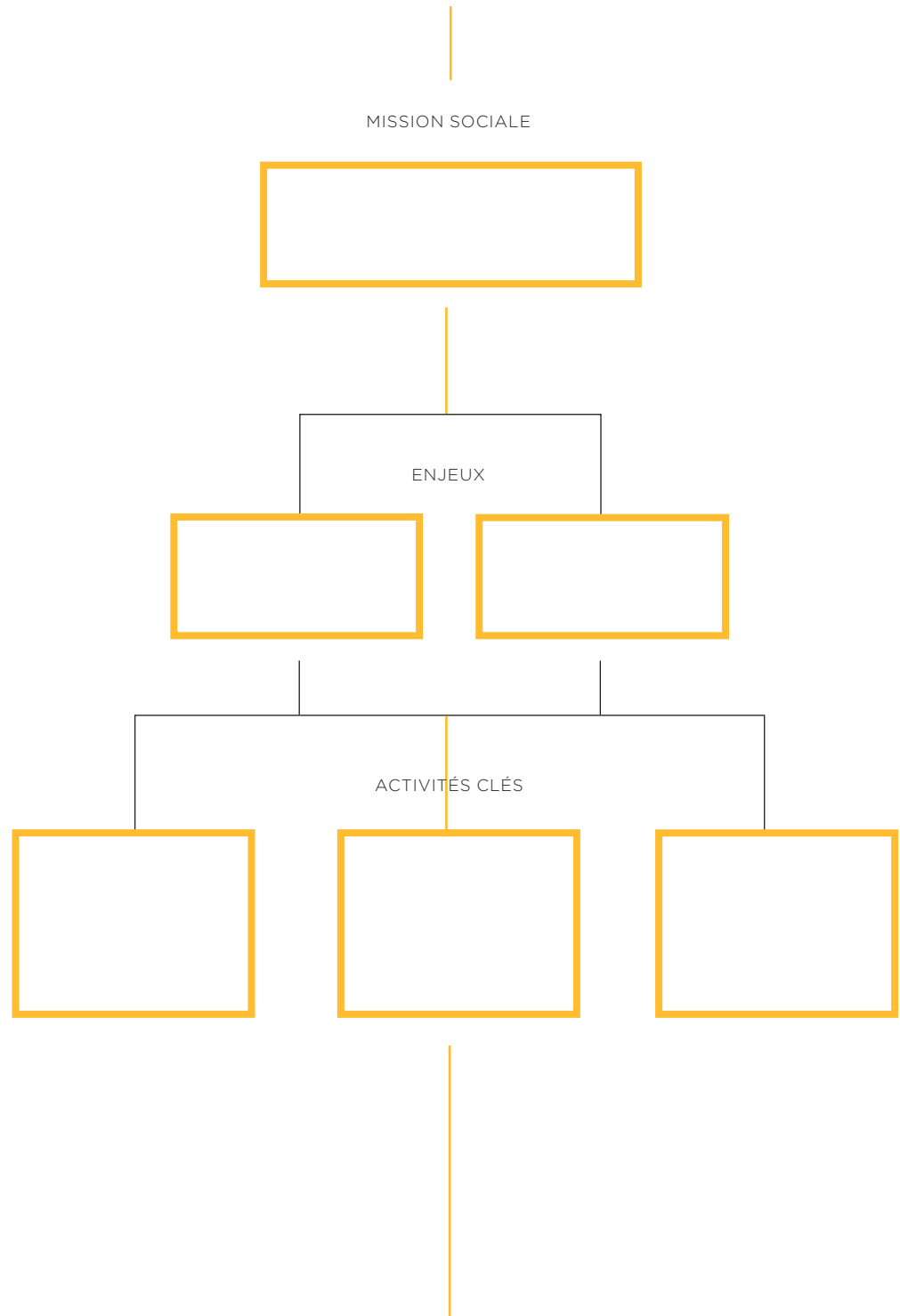




**À VOUS  
DE  
JOUER!**

**2**

## Votre mission sociale

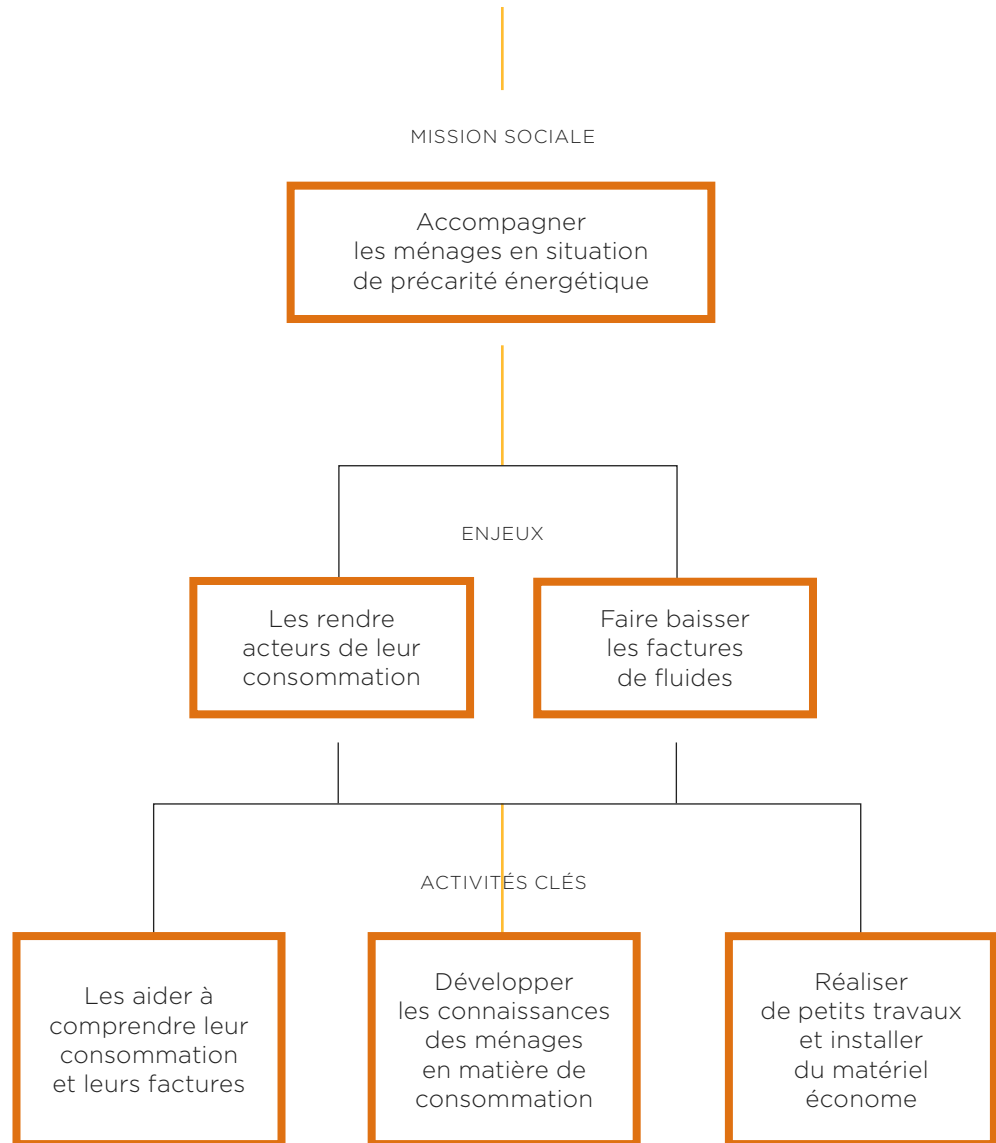






**ILLUS-  
TRATION**

## La mission sociale de SOLENI



## 3.4

# Cartographie des impacts sociaux



1

DE QUOI  
S'AGIT-IL?

Cartographier des impacts consiste à (1) établir une liste exhaustive des impacts recherchés et non recherchés et (2) les prioriser afin de conserver un périmètre pertinent et réaliste.

### ÉTAPE 1

#### Listing exhaustif des impacts

À partir de la mission sociale, des enjeux et activités clés formalisés précédemment, il est relativement aisé de lister les impacts recherchés par l'organisation. Il est en revanche plus complexe de lister de façon exhaustive les impacts non recherchés. C'est dans cette étape que l'implication des parties prenantes s'avère particulièrement utile puisque chaque acteur, de son point de vue, peut être témoin de changements de différente nature et à différents niveaux. Cette enquête sera complétée de recherches bibliographiques et l'apport d'**experts terrain** externes à l'organisation peut également s'avérer utile!

### ÉTAPE 2

#### Formalisation des impacts dans une carte

Cette carte devra a minima contenir les informations suivantes : Partie prenante concernée, Nature de l'impact, Impact, Type d'impact, Indicateur de mesure, Source de l'information (Cf. illustration).

### ÉTAPE 3

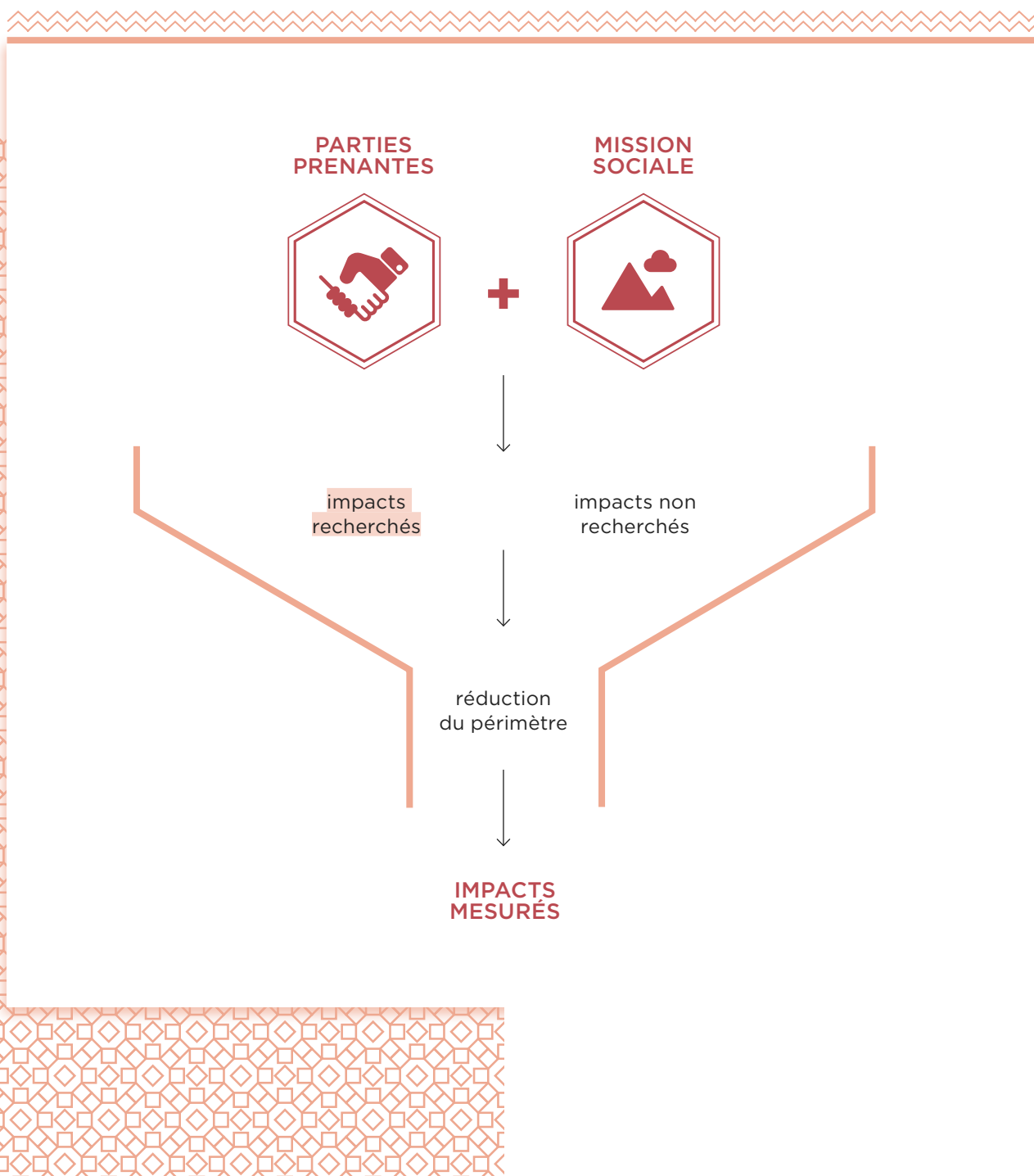
#### Réduction du périmètre des impacts

Il est important de réduire le périmètre des impacts étudiés pour alléger les phases de collecte, analyse et restitution des résultats.



**2**  
**LES CONSEILS  
D'(IM)PROVE**

- × Impliquez les parties prenantes dans la définition et la priorisation des impacts.
- × Ne mesurez que ce qui est pertinent et valorisable ! Il vaut mieux commencer sur un périmètre restreint et enrichir la démarche au fil des ans.





**À VOUS  
DE  
JOUER!**

**1**

## Listing exhaustif des impacts

### LE DICTIONNAIRE D'INDICATEURS

Pour vous aider dans cette tâche, nous avons déjà répertorié dans un dictionnaire les principaux impacts que vous pourriez mesurer si vous œuvrez dans le secteur de l'énergie.

Ce dictionnaire est destiné aux acteurs œuvrant en faveur de l'accès à l'efficacité énergétique. Il contient des indicateurs de performance transverses et des indicateurs d'impacts organisés par thématiques d'intervention : accès à l'énergie, rénovation énergétique, formation professionnelle, sensibilisation, etc.

### LE GUIDE D'ENTRETIEN DES PARTIES PRENANTES

Les parties prenantes de votre organisation sont des cibles pertinentes quand il s'agit de se questionner sur les objectifs de la mesure d'impact, le périmètre qu'elle devrait couvrir et les impacts que l'on s'attend à mettre en évidence. Voici une série de questions dont vous pouvez vous inspirer pour bâtir votre guide d'entretien et n'oublier aucune question le jour J.

---

**>> voir le dictionnaire**

---

### GUIDE D'ENTRETIEN DES PARTIES PRENANTES

- 1** Présentation de l'étude : contexte, objectifs, questions évaluatives...
- 2** Vos attentes par rapport à la mesure d'impact
  - × Quelles sont vos attentes par rapport à cette étude ?
  - × Que pensez-vous des objectifs principaux qui vous ont été présentés ? En voyez-vous d'autres à ajouter ?
  - × Avez-vous déjà mené de telles études ? Quelles informations / quels chiffres ou résultats spécifiques vous intéressent ?
  - × Quel usage comptez-vous faire de cette étude ? Comment peut-elle vous être utile ?
- 3** Votre contribution à l'activité étudiée : dans quelle mesure contribuez-vous à l'activité étudiée ?
- 4** Selon vous quels sont les impacts sociaux de cette activité ?
  - × Sur vous ?
  - × Sur les autres parties prenantes ?
  - × Comment pourrions-nous les mesurer ?



ILLUS-  
TRATION

## Le cas de la mission SOLENI

		Résultats		
Parties prenantes	Changements (attendus ou inattendus)	Impact	Nature	
Qui est impacté ?	Qu'est-ce qui va changer pour eux ?	Comment décrire le changement ?	Quel type d'impact ?	
Les ménages en situation de précarité énergétique	Satisfaction/ perception du service	Le service SOLENI a répondu aux attentes	Direct/ Quali	
	Connaissances accrues sur la consommation d'énergie	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Meilleure compréhension des factures d'énergie</li> <li>× Diminution des conflits avec les fournisseurs d'énergie et les bailleurs sociaux, moins d'appréhension</li> </ul>		
	Changement des comportements sur la consommation d'énergie et d'eau	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Amélioration de l'efficacité énergétique du logement</li> <li>× Comportements plus économes de la personne et de la famille</li> </ul>	Direct/ Quali	
	Amélioration du confort, des conditions de vie dans le logement	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Froid/confort thermique/ courant d'air/humidité/ moisissure/aération</li> <li>× Renforcement/création du sentiment de sécurité dans son logement</li> </ul>	Direct/ Quali	
	Amélioration de la situation économique du ménage		<ul style="list-style-type: none"> <li>× Économies réalisées</li> <li>× Sortie de la situation de précarité énergétique</li> </ul>	Direct/ Quanti
			<ul style="list-style-type: none"> <li>× Plus d'indépendance : moins d'aides demandées aux associations caritatives et aux collectivités</li> <li>× Allocation des économies réalisées</li> </ul>	Indirect/ Quali
	Amélioration de l'hygiène et de la santé des personnes composant le ménage	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Conditions sanitaires</li> <li>× Amélioration de la santé perçue des enfants</li> </ul>	Indirect/ Quali	
	Sentiment de bien-être dans son logement	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Appréciation générale du logement</li> <li>× Réappropriation du logement</li> </ul>	Direct/ Quali	



**À VOUS  
DE  
JOUER!**

**2**

## Réduction du périmètre des impacts

### 6 QUESTIONS POUR PRIORISER ET SÉLECTIONNER VOTRE PÉRIMÈTRE

- Q.1 Est-ce que cet impact est inscrit dans la mission sociale?
- Q.2 Est-ce un impact direct ou indirect?
- Q.3 Est-ce que cet impact est essentiellement attribuable à l'action de l'organisation?
- Q.4 Cet impact est-il facile à mesurer (indicateur simple et fiable)?
- Q.5 Quel est le délai d'apparition de cet impact? Est-il possible de collecter des données dans un tel délai?
- Q.6 Combien des parties prenantes sont intéressées par l'évaluation et le chiffrage de cet impact?

Reprenez votre carte des impacts et, pour chaque impact listé, posez-vous les 6 questions précédentes, priorisez et éliminez les impacts en fonction des réponses à ces questions et formalisez la définition du périmètre et les raisons qui vous ont poussées à inclure ou non les différents impacts dans votre étude.

Impact	Q.1	Q.2	Q.3	Q.4	Q.5	Q.6	Conclusion



**ILLUS-  
TRATION**

## Le cas de la mission SOLENI

Impact	Q.1	Q.2	Q.3	Q.4	Q.5	Q.6	Conclusion
Temps consacré aux devoirs	Non	Direct	Non mais qualifiable	Moyen	Court	8/10	Inclus car direct et l'attribution est explicable via des questions qualitatives
Réussite scolaire	Non	Indirect	Non	Facile	Moyen	8/10	Exclu car indirect et difficilement attribuable

### L'IMPACT DE LA LUTTE CONTRE LA PRÉCARITÉ ÉNERGÉTIQUE SUR LA RÉUSSITE SCOLAIRE

Certaines études relatent l'impact négatif de la précarité énergétique sur le confort dans le logement et, par voie de conséquence, sur le temps consacré par les enfants à leurs devoirs.

Pour autant, faut-il mesurer l'impact de l'action de SOLENI sur les résultats scolaires des enfants des ménages accompagnés ?

- × L'éducation n'est pas inscrite dans la mission sociale de l'organisation.
- × L'augmentation du temps consacré aux devoirs est un impact indirect de l'action de SOLENI.
- × De nombreuses choses peuvent impacter le temps consacré aux devoirs (soutien de la famille dans la scolarité des enfants, sérieux de l'enfant) ou encore la réussite scolaire (qualité de l'enseignant). De plus, le lien de cause à effet semble valide dans les cas de grave précarité énergétique, cas dans lesquels la médiation socio-technique proposée par SOLENI n'est certainement pas suffisante.
- × Estimer le temps consacré aux études est plutôt délicat pour les enfants ou leurs parents.

- × Il est fort probable que l'impact sur le temps d'étude apparaisse à moyen terme et dans un délai raisonnable pour l'étude.
- × Aucune des personnes interrogées n'a cité l'éducation comme un enjeu important dans la lutte contre la précarité énergétique.

**Conclusion :** le manque de lien avec la mission sociale de SOLENI et la difficulté de mesure et d'attribution font que la réussite scolaire ne fera pas partie des impacts mesurés.

# 3.5

## Définition des indicateurs



1

**DE QUOI  
S'AGIT-IL?**

Un jeu d'indicateurs se doit de répondre aux enjeux de pertinence, d'exhaustivité et de réalisme. L'indicateur synthétique et unique n'existe pas. Il faut donc développer une approche multicritères qui apportera exhaustivité et précision.

**On distingue  
les indicateurs :**

**De caractérisation**  
(âge, sexe,  
profession...)

**De performance**  
(nombre de personnes  
touchées, nombre  
de produits vendus,  
niveau de satisfaction...)

**Des indicateurs d'impact,**  
lesquels peuvent être  
de différente nature  
(quantitatif / qualitatif,  
direct / indirect)



Il est préférable d'utiliser des indicateurs éprouvés dans le cadre d'études antérieures voire ayant fait l'objet d'une publication. Cela permet de s'assurer de la justesse, de la fiabilité et de la légitimité de la mesure.

Le choix des indicateurs devra également prendre en compte le mode de collecte des données (administration web, téléphonique, face-à-face...).



## 2

### LES CONSEILS D'(IM)PROVE

Pour trouver de tels indicateurs, vous pouvez vous tourner vers les sources suivantes :

IRIS >> [iris.thegiin.org](https://iris.thegiin.org)

IPIP >> [ipip.ori.org/newIndexofScaleLabels.htm](https://ipip.ori.org/newIndexofScaleLabels.htm)

Global Value Exchange >> [globalvaluexchange.org](https://globalvaluexchange.org)

Outils standardisés : Outcome star >> [outcomesstar.org.uk](https://outcomesstar.org.uk)

et bien sûr, les indicateurs répertoriés  
dans le dictionnaire! >> [dictionnaire](#)



### À VOUS DE JOUER!

- 1 **Reprenez** votre carte des impacts et choisissez un indicateur pour mesurer chacun des impacts retenus
- 2 **Caractérisez** vos indicateurs (caractérisation, performance, impact)
- 3 **Enrichissez** votre carte de commentaires sur la source éventuelle des données, d'indications d'interprétation (valeurs seuils, corrélation avec un autre impact...)



**ILLUS-  
TRATION**

## Le cas de la mission SOLENI

Changements (attendus ou inattendus)	Impacts
	COMMENT DÉCRIRE LE CHANGEMENT ?
QU'EST-CE QUI VA CHANGER POUR EUX ?	
Satisfaction/perception du service	Le service SOLENI a répondu aux attentes
Connaissances accrues sur la consommation d'énergie	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Meilleure compréhension des factures d'énergie</li> <li>× Diminution des conflits avec les fournisseurs d'énergie et les bailleurs sociaux, moins d'appréhension</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Amélioration de l'efficacité énergétique du logement</li> <li>× Comportements plus économes de la personne et de la famille</li> </ul>
Changement des comportements sur la consommation d'énergie et d'eau	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Froid/confort thermique/courant d'air/humidité/moisissure/aération</li> <li>× Renforcement/création du sentiment de sécurité dans son logement</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Économies réalisées</li> <li>× Sortie de la situation de précarité énergétique</li> <li>× Plus d'indépendance : moins d'aides demandées aux associations caritatives et aux collectivités</li> <li>× Allocation des économies réalisées</li> </ul>
Amélioration de la situation économique du ménage	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Conditions sanitaires</li> <li>× Amélioration de la santé perçue des enfants</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Amélioration de l'hygiène et de la santé des personnes composant le ménage</li> </ul>
Amélioration de l'hygiène et de la santé des personnes composant le ménage	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Appréciation générale du logement</li> <li>× Réappropriation du logement</li> </ul>
Sentiment de bien-être dans son logement	

Résultats		
	Indicateurs	Source
	COMMENT LE MESURER ?	OÙ TROUVER L'INFORMATION ?
	Satisfaction : très/plutôt oui/plutôt non	Quest. familles
	Évolution du sentiment de compréhension des factures et de gestion des dépenses (déclaratif)	Quest. familles
	<ul style="list-style-type: none"> <li>× Jugement de consommation énergétique : préoccupante ?</li> <li>× Sollicitations des fournisseurs/bailleurs sociaux</li> </ul>	Quest. bailleurs/ Fournisseurs d'énergie/ Collectivités
	Satisfaction des travaux de confort réalisés	Quest. familles
	Conseils appliqués, installation/ équipements maintenus	
	Évolution de la sensation de confort général ; de froid ; courant d'air ; humidité ; aération...	Quest. familles
	Évolution de la sensation de sécurité pour les adultes et les enfants	
	Évolution de la consommation d'énergie perçue et réelle	Quest. familles croisé avec fournisseurs énergie/bailleurs/CCAS
	Part du revenu allouée au paiement des factures	Quest. fournisseurs énergie/bailleurs/CCAS
	Évolution des aides demandées	Quest. CCAS
	Postes des nouvelles dépenses	Quest. familles
	Symptômes dus à la précarité énergétique, qui ont diminué	Quest. familles Revue des études existantes
	Évolution de la santé des enfants	Quest. familles
	Nouvelles activités ; évolution des liens sociaux ; évolution du sentiment de bien-être dans son logement	Quest. familles
	Décoration, aménagements	

## 3.6

# Formalisation de la méthodologie



### 1 DE QUOI S'AGIT-IL?

En réalité, la méthode de mesure (cf. paragraphe [Les méthodes de mesure](#)) est un sujet auquel il est nécessaire de réfléchir tout au long du cadrage mais sur lequel il est

#### 1 Le mode d'évaluation du changement

analyse avant-après ou a posteriori?

Et dans le cas d'une analyse avant-après, les temps de mesure (N-1, N+1 puis N+5 par exemple)

#### 2 Le mode d'évaluation de l'attribution du changement

constitution d'un groupe témoin ou non

impossible de trancher avant de savoir précisément les impacts qui seront évalués. À ce stade, il s'agit alors de préciser :

#### 3 Le mode de collecte

de données d'impact (interviews en face à face, par téléphone, via un formulaire papier ou en ligne) - ou la collecte sans questionnaire (remontées d'information via les systèmes d'information)

- × Le questionnaire papier est particulièrement utile dans le cas où les répondants ont un accès limité à internet ou sont peu à l'aise avec ces outils. Ils génèrent en revanche une forte charge de saisie pour l'analyse.
- × Le questionnaire en ligne est de loin le moins lourd mais peut induire un biais de sélection des répondants et aboutir à un taux de retour assez faible.
- × Les questionnaires par téléphone ou en face-à-face sont idéaux pour s'assurer de la bonne compréhension des questions mais représentent une forte charge de travail.

#### 4 La taille de l'échantillon

déterminée en fonction notamment des trois facteurs suivants : la taille de la population de départ (population totale touchée par l'activité concernée), le niveau de rigueur statistique attendu, le temps disponible pour la collecte.

#### 5 La personne responsable de cette collecte



À VOUS  
DE  
JOUER!

## La méthode de mesure

### MÉTHODE D'ANALYSE DU CHANGEMENT

Avant-Après  
A posteriori

### ANALYSE DE L'ATTRIBUTION

Avec un groupe témoin  
Sans groupe témoin

### TAILLE DE LA POPULATION CIBLE

### % DE LA POPULATION CIBLE INTERVIEWÉE

### PERSONNE RESPONSABLE DE LA COLLECTE

### MODALITÉ DE COLLECTE DES DONNÉES

Questionnaire en ligne  
Formulaire papier  
Entretien téléphonique  
Entretien en face à face  
  
Autre :

## Taille de l'échantillon

À l'aide du calculateur  
en ligne suivant, définissez  
la taille de l'échantillon :

[>> calculateur](#)



ILLUS-  
TRATION

## Le cas de la mission SOLENI

### MÉTHODE D'ANALYSE DU CHANGEMENT

- Avant-Après  
 A posteriori

### ANALYSE DE L'ATTRIBUTION

- Avec un groupe témoin  
 Sans groupe témoin

### TAILLE DE LA POPULATION CIBLE

159 ménages accompagnés  
entre juin 2011 et décembre 2013

### % DE LA POPULATION CIBLE INTERVIEWÉE

100% pour s'assurer un volume  
de données suffisamment important  
si le taux de retour s'avère faible

### PERSONNE RESPONSABLE DE LA COLLECTE

(IM)PROVE

### MODALITÉ DE COLLECTE DES DONNÉES

- Questionnaire en ligne  
 Formulaire papier  
 Entretien téléphonique  
 Entretien en face à face  
  
 Autre :

# 3.7

## Collecte des données



1

DE QUOI  
S'AGIT-IL?

### ÉTAPE 1 Création des questionnaires

Une fois la carte des impacts créée et les indicateurs précisés, les questionnaires seront très facilement créés.

### ÉTAPE 2 Échantillonnage

La taille de votre échantillon va dépendre de plusieurs facteurs :

- 1 La **taille** de votre population cible;
- 2 Le **niveau de rigueur** statistique que vous attendez;
- 3 Le **temps** dont vous disposez pour la collecte.

### ÉTAPE 3 Collecte

Si, du fait de la taille importante de la population cible, on souhaite administrer le questionnaire à seulement 50% de cette population, alors il faudra :

- 1 **Sélectionner** au hasard ces 50% de répondants;
- 2 **Vérifier** que cet échantillon soit représentatif de la population cible (représentation des sexes par exemple);
- 3 **Administrer** les questionnaires;
- 4 **S'assurer** après collecte que l'échantillon est représentatif de la population cible en vérifiant un certain nombre de caractéristiques clés inconnues au départ (répartition géographique, âge... et tout autre indicateur pertinent).

Si ce n'est pas le cas, il sera nécessaire de redresser les données ou de relancer une vague de collecte.



2

## LES CONSEILS D'(IM)PROVE

Quelques bonnes pratiques  
pour la création d'un questionnaire :

### 1 Placer les indicateurs

de caractérisation (âge, sexe...) en fin  
de questionnaire plutôt qu'au début.

### 2 Tester le questionnaire

sur plusieurs personnes en amont  
du lancement de la collecte pour repérer  
les problèmes de compréhension,  
de biais, de gêne, et estimer sa longueur.

### 3 Adapter sa taille

au mode d'administration ainsi qu'à  
la qualité de la relation entretenue avec  
le répondant pour s'assurer un bon taux  
de retour.

- × La durée d'administration d'un questionnaire dépend du mode et du public visé (barrière de la langue, difficulté de compréhension des questions techniques, ...).
- × À titre d'information, un questionnaire de 60 questions administré à l'oral (face-à-face ou téléphonique) sera administré en 10 à 15 minutes.

### 4 Vérifier que chacun des indicateurs évalués sera bien interprétable

et exploité par la suite. Supprimez toute  
question qui ne vous paraît pas essentielle!

NB : n'oubliez pas de prévoir quelques  
semaines dans le rétro-planning de votre  
étude d'impact pour laisser le temps  
nécessaire à la collecte du nombre estimé  
de questionnaires.



À VOUS  
DE  
JOUER!

## Le cas de la mission SOLENI

### ÉTAPE 1 CRÉATION DES QUESTIONNAIRES

Reprenez votre carte des impacts et créez  
votre questionnaire dans l'outil de votre choix.

En 2012, (IM)PROVE a réalisé une étude  
comparative des outils d'enquête en ligne.  
Cela pourra vous aider à faire votre choix!

Un questionnaire en ligne s'avère utile

>> voir l'étude comparative

pour la saisie des données, même si vous  
décidez de ne pas le diffuser sur Internet.

### ÉTAPE 2 ÉCHANTILLONNAGE

Réalisez un échantillonnage avec Excel :  
constituez un échantillon de répondants  
(par exemple de 300 personnes)  
à partir du listing complet de  
votre population touchée (contenant  
par exemple 1 000 personnes).

- 1 Attribuer un identifiant numérique  
(de 1 à 1 000) à chaque item de la liste  
de départ
- 2 Générer aléatoirement  
une série de 300 identifiants
  - × Saisir la formule =ALEA()\*300<sup>3</sup>
  - × Tirer la formule dans 300 cellules
- 3 Interviewer les répondants  
dont l'identifiant a été tiré au sort!

3 - La formule ALEA()  
génère aléatoirement  
un chiffre compris  
entre 0 et 1.

## 3.8

# Analyse et restitution des résultats



### 1 DE QUOI S'AGIT-IL?

Si le volume de données collectées est faible, l'analyse peut être réalisée dans Excel. Sinon, les outils d'analyse statistique peuvent s'avérer utiles. Pour en savoir plus sur l'analyse statistique, n'hésitez pas à consulter les plateformes de cours en ligne telles que FUN ou COURSERA.

[>> cours en ligne FUN](#)

[>> cours en ligne COURSERA](#)



### 2 LES CONSEILS D'(IM)PROVE

Quel que soit le format, la règle d'or de la restitution est la transparence!

La restitution des résultats est une étape importante pour retranscrire les efforts fournis et les résultats. Le format peut diverger en fonction de la cible visée, des objectifs de communication et du mode de diffusion : infographie, rapport d'impact, présentation PPT, vidéo...

Le contenu type d'un rapport d'impact est le suivant :

- × **Quelles sont les limites de l'étude?**
- × **Quels étaient les objectifs de l'étude?**  
Quels impacts attendus?  
Quelles questions posées?
- × **Comment les impacts ont-ils été mesurés** (nombre de personnes interviewées, mode d'administration...)?
- × **Quelles conclusions sur l'impact social?** Quels sont les points d'amélioration identifiés (concernant le modèle d'entreprise et la méthode de mesure)?





**À VOUS  
DE  
JOUER!**

Ashoka a développé un format de restitution standardisé (le SRS – Social Reporting Standard) à destination des entrepreneurs sociaux.



**ILLUS-  
TRATION**

Dans le cadre de la mission SOLENI, deux niveaux de livrables ont été rédigés :

- × Un rapport d'impact complet destiné à être diffusé en interne ;
- × Un rapport synthétique à destination des parties prenantes externes et ayant fait l'objet d'un communiqué de presse.

En savoir plus :

>> [social-reporting-standard.de/en](https://social-reporting-standard.de/en)

Rapport d'impact complet  
de la mission SOLENI :

>> [precarite-energie.org](https://precarite-energie.org)

[IMG/pdf/Mesure\\_Impact](#)

[SOLENI\\_2014\\_Juillet.pdf](#)

# 4. CONCLUSION

ÉTAPE

CONTENU

OUTILS

RESSOURCES



## 1 Cadrage de la mesure d'impact

Définition des objectifs de la mesure d'impact

- × Pour quoi ?
- × Pour qui ?
- × Quoi ?
- × Comment ?

- × Grille de cadrage

>> voir l'outil



## 2 Cartographie des parties prenantes

Définition du périmètre des parties prenantes étudiées dans le cadre de l'évaluation et/ou impliquées dans le cadrage de cette évaluation

- × Brainstorming
- × Modèle de mapping

>> voir l'outil

- × Grille de priorisation

>> voir l'outil



## 3 Formalisation de la mission sociale

Définition de la mission globale, des activités déployées et des objectifs de ces activités

- × Brainstorming
- × Entretiens individuels
- × Modèles de formalisation

>> définir votre problématique sociale

>> définir votre mission sociale



## 4 Cartographie des impacts sociaux

### ÉTAPE 1

Énumération de tous les impacts recherchés et non recherchés potentiellement observables sur le terrain

- × Théorie du changement
- × Cartes des impacts

>> voir l'outil

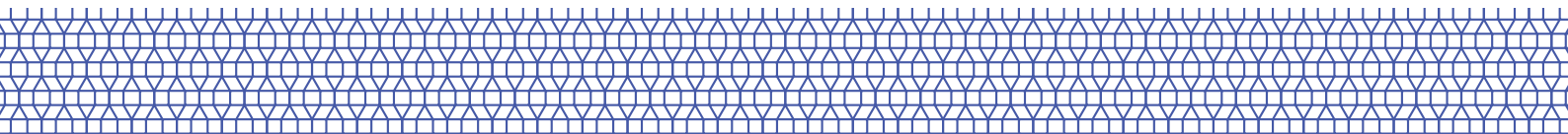
- × Recherches bibliographiques
- × Interviews d'experts
- × Interviews de parties prenantes

### ÉTAPE 2

Réduction de la liste d'impacts pour ne garder que les impacts essentiels et réduire la charge de collecte et d'analyse

- × Réunions collectives
- × Grille de décision

>> voir l'outil



## 5 Définition des indicateurs

Traduction des impacts sélectionnés en indicateurs fiables et faciles à collecter

- × Dictionnaire d'indicateurs Rexel

- × Recherches bibliographiques
- × Études de cas
- × Interviews d'experts

>> voir les ressources



## 6 Formalisation de la méthodologie

Choix de la méthode d'évaluation du changement et de l'attribution de ce changement en fonction du niveau de rigueur attendu et de vos moyens

- × Grille de cadrage

>> voir l'outil

- × Recherches bibliographiques



## 7 Collecte des données

Construction des outils permettant de collecter les indicateurs retenus

- × Outils d'enquête en ligne type Google form
- × Questionnaires papier
- × Guides d'entretiens téléphoniques

- × Recherches bibliographiques



## 8 Analyse et restitution des données

### ÉTAPE 1

Analyse des données quantitatives et qualitatives

- × Excel<sup>®</sup>
- × SAS<sup>®</sup>
- × Stata<sup>®</sup>
- × SPSS<sup>®</sup>
- × ...

### ÉTAPE 2

Choisir le format le plus adapté à la restitution des résultats en se focalisant sur les indicateurs clés

- × Infographies
- × Rapport d'impact
- × Power Point<sup>®</sup>
- × Vidéos
- × ...

## Ce qu'il faut retenir?

4 - Une mesure d'impact longitudinale est une étude menée de façon continue, et qui permet de suivre l'impact social de l'activité année après année, par opposition à une étude ponctuelle qui donnera une image de l'impact à un moment donné.

× Gardez en tête que **la mesure de l'impact n'est pas un exercice statique mais dynamique.**

× Ne commencez pas par la totalité de votre périmètre d'activité, géographique et de parties prenantes. **Commencez petit et déployez !**

× Dans le déploiement, pour tendre vers une mesure d'impact longitudinale<sup>4</sup>, **calez au maximum les processus de la mesure d'impact sur les processus existants dans votre organisation (enquête de satisfaction, suivi opérationnel des bénéficiaires...)** pour réduire la charge de travail.

## 5. BIBLIOGRAPHIE

<b>«La mesure de l'impact social – Après le temps des discours, voici venu le temps de l'action»</b>	
Groupe de travail du CSESS Décembre 2011	
<b>«Petit précis de l'évaluation de l'impact social»</b>	
Avisé, ESSEC, Mouves Octobre 2013	
<b>«Guide pratique pour les enquêtes d'impact»</b>	
IFAD Janvier 2005	<b>Le blog du Pro Bono</b>
	<b>&gt;&gt; <a href="http://pro-bono.fr">pro-bono.fr</a></b>
	<b>Poverty Action Lab</b>
	<b>&gt;&gt; <a href="http://povertyactionlab.org">povertyactionlab.org</a></b>

REXEL FONDATION  
13, bd du Fort de Vaux  
75838 Paris  
[www.rexel-foundation.com](http://www.rexel-foundation.com)  
[www.rexel.com](http://www.rexel.com)

(IM)PROVE  
83, avenue Simon Bolivar  
75019 Paris  
[www.im-prove.fr](http://www.im-prove.fr)

DIRECTRICE  
DE LA PUBLICATION

Pascale Giet,  
Directrice de  
la Communication  
et du Développement  
Durable du  
groupe Rexel  
et Vice-Présidente  
de la Fondation Rexel  
pour le progrès  
énergétique

RESPONSABLES  
DE LA PUBLICATION

Amélie André,  
Secrétaire Générale  
de la Fondation Rexel  
pour le progrès  
énergétique;

Julien Fernandez,  
Responsable de  
la Communication  
Editoriale  
du groupe Rexel;

Mélanie Ponson,  
Déléguée Générale  
(IM)PROVE.

CONCEPTION  
ET RÉALISATION  
Maison Sagan

PHOTO  
DE COUVERTURE  
© Unsplash,  
Joshua Earle

