

# Mesurer **son IMPACT.** **social**

Guide méthodologique Unapei

# ÉDITO

**Le réseau Unapei œuvre au quotidien sur les territoires au service de l'utilité sociale grâce à l'implication de ses membres, parents et proches, personnes accompagnées et professionnels, soutenus par de nombreux acteurs externes qui contribuent ensemble à la dynamique collective.**

Dans un environnement en pleine mutation, nous nous devons de mieux valoriser les éléments qui nous distinguent et de faire la démonstration de notre capacité nationale à répondre aux attentes des parties prenantes internes et externes.

Pour en établir la pertinence, il convient ainsi de disposer de données partagées et d'en mesurer les effets : rôle intrinsèque d'une mesure d'impact social.

Renforcer le projet associatif et stratégique, répondre aux attentes de nos publics ciblés au quotidien, faire progresser l'action et l'innovation, soutenir nos revendications et mobiliser les partenariats : tels sont les nombreux bénéfices d'une telle démarche.

Nous sommes heureux de vous présenter ce guide national issu de la démarche « Concevoir, expérimenter et diffuser des outils et des démarches d'évaluation d'impact social », fruit de l'expérimentation de trois Unapei Régions : Bretagne, Pays de la Loire et Auvergne Rhône-Alpes et de la capitalisation des enseignements.

Associé à une offre de formation dédiée, ce guide a pour objectif de développer une culture commune de la mesure d'impact social et de renforcer les compétences au sein du réseau.

Il s'adresse à la fois aux dirigeants et aux acteurs qui seront conduits à piloter ce type de démarche.

Vous en souhaitant une bonne lecture et appropriation,

**Luc GATEAU, président de l'Unapei**

**L'Unapei  
doit pouvoir  
investir,  
interroger ses  
impacts et  
faire valoir son  
utilité sociale,  
force du  
Réseau.**

Mai 2022  
Copyright Unapei 2022  
Directrice de la publication : Marie-Aude Torres Maguedano  
Rédaction : Unapei et Ellyx



15 rue Coysevox 75018 Paris  
01 44 85 50 50  
www.unapei.org

# SOMMAIRE

Édito	3
Sommaire	4

## 01

### La mesure d'impact social, de quoi parle-t-on ? 6

L'impact social, éléments de contexte	8
L'utilité sociale	10
La mesure d'impact social	11
Les étapes de la mesure d'impact social	14
La mobilisation des parties prenantes	16
Zoom sur la mobilisation des personnes en situation de handicap	18
Les facteurs clés de réussite	20

## 02

### La démarche pas à pas 22

Étape préalable	24
Cadrer la démarche	26
Formuler la question évaluative	28
Construire le référentiel	30
Formaliser la méthodologie de collecte	32
Collecter les données	34
Analyser les données	36
Valoriser les résultats	38

## 03

### Les outils en pratique pour aller plus loin 40

Se repérer dans les outils mobilisables	42
Créer un référentiel de l'impact social	44
Construire un questionnaire	48
Conduire un entretien semi-directif	53
Mettre en place et animer un focus group	56

## 04

### Les retours d'expériences 60

Retour d'expérience Bretagne	62
Retour d'expérience Pays de la Loire	64
Retour d'expérience Auvergne Rhône-Alpes	66

# PARTIE 1

## LA MESURE D'IMPACT SOCIAL, DE QUOI PARLE-T-ON ?

Le fait de pouvoir rendre compte des effets générés, positifs ou négatifs, est de plus en plus central aujourd'hui. Les impératifs d'évaluation se multiplient, parfois au détriment du sens et de la mission de l'organisation.

Dans ce contexte, mesurer son impact social constitue à ce titre une opportunité pour toute structure d'utilité sociale de travailler sur le cœur de ses enjeux stratégiques, de mesurer sa capacité à effectivement générer les effets qu'elle souhaite avoir sur ses bénéficiaires, sur son territoire, auprès de ses parties prenantes, voire sur la société.

Cette démarche stratégique se distingue de procédures d'évaluation auxquelles le secteur médico-social est rompu, en permettant de travailler sur les finalités des actions mises en œuvre et non pas uniquement sur leur conformité.

La mesure d'impact social constitue une formidable opportunité de mobiliser en interne et en externe, acteurs et organisations, dont la triple expertise au cœur du projet de l'Unapei : personnes en situation de handicap, parents et proches, et professionnels.

**En cela, la mesure d'impact social constitue à la fois un outil de pilotage stratégique et un outil de valorisation en mettant l'accent sur ce qui compte.**

## L'IMPACT SOCIAL, ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

La mesure d'impact social a pour but de mettre en lumière en quoi l'activité ou l'organisation répond bien à sa mission sociale.



### Retours d'expériences

Trois Unapei Régions se sont interrogées de la façon suivante :

- Dans quelle mesure les actions mises en place au sein des ESAT et des associations tutélaires aident les personnes accompagnées à renforcer leur autonomie et à améliorer leur qualité de vie ? (Unapei Bretagne)
- Dans quelle mesure les associations parentales du réseau Unapei ont-elles permis aux personnes accompagnées et aux familles de mieux vivre leur situation singulière ? (Unapei Pays-de-la-Loire)
- Dans quelle mesure la solution IME dans le réseau parental Unapei peut être un levier de facilitation et d'accompagnement vers l'école inclusive ? (Unapei Auvergne Rhône-Alpes)

## DE LA RÉALISATION À L'IMPACT

S'intéresser à l'impact permet aux associations de rendre compte différemment de ce qu'elles produisent. En effet, il ne s'agit pas de rendre compte des **actions** mises en œuvre (**les réalisations**) ou de rendre compte des **productions (les résultats)**, mais d'analyser leurs **effets (les impacts)**, en lien fort avec l'utilité sociale poursuivie par l'organisation.

La mesure d'impact social interroge donc tout autant la finalité des actions, ce pour quoi elles sont mises en œuvre, que les moyens qui sont déployés pour atteindre cet objectif.



## QU'EST-CE QUI DIFFÉRENCIE UNE MESURE D'IMPACT SOCIAL D'UNE ÉVALUATION QUALITÉ ?

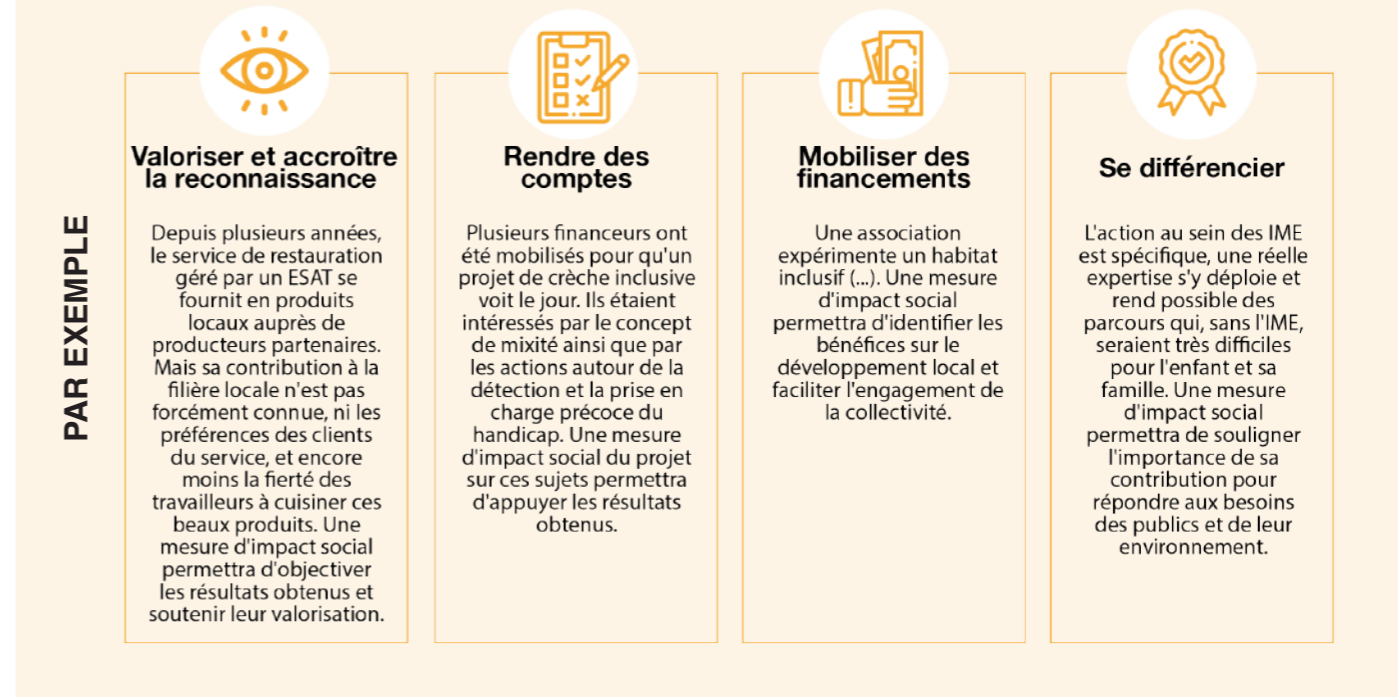
Les **évaluations qualité** vont chercher principalement à **mesurer la conformité d'une action**. Elles se développent notamment pour parvenir à **mesurer l'efficacité des actions** mises en place au regard de critères établis en général par une autorité de tutelle, un financeur ou un référentiel (médical, technique, etc.) externe à l'organisation.

La démarche de mesure d'impact social vise à **mesurer la pertinence d'une action**, au regard de critères qui sont élaborés spécifiquement pour chaque démarche, en fonction des objectifs stratégiques portés par l'organisation.

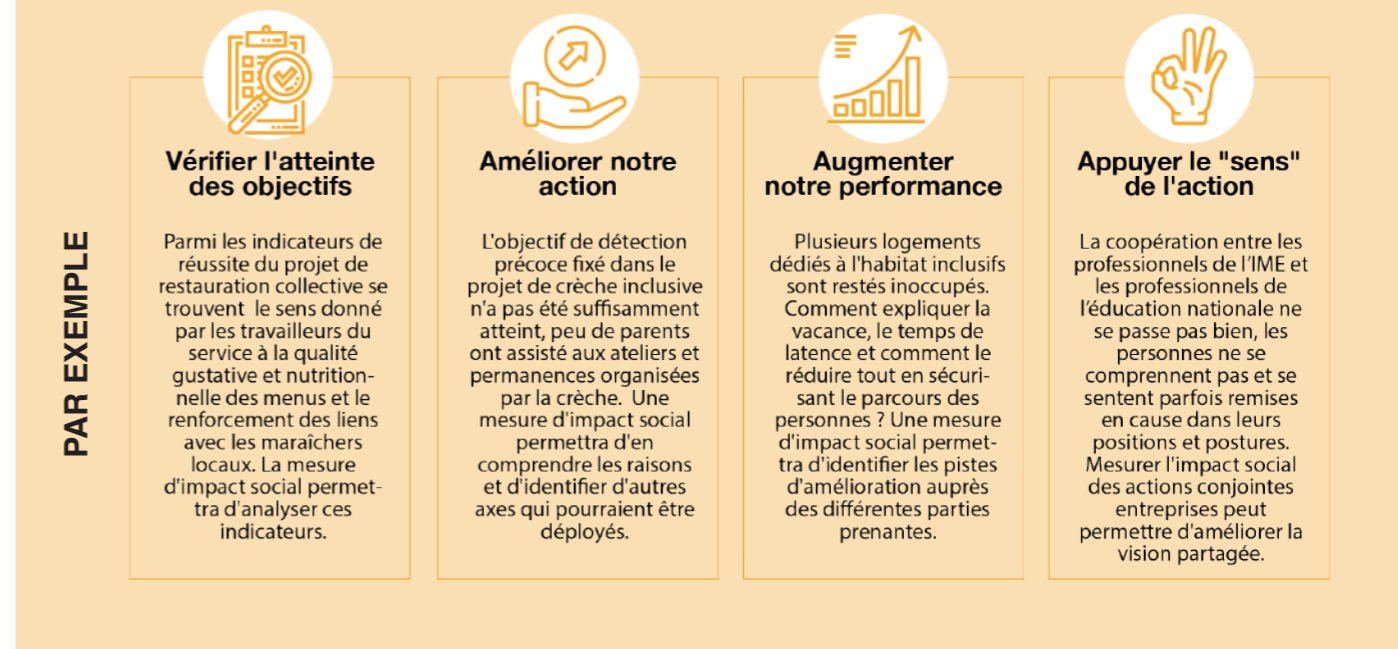
## DANS QUELS BUTS METTRE EN OEUVRE UNE DÉMARCHE DE MESURE D'IMPACT SOCIAL ?

La mesure d'impact social peut être menée sous deux angles distincts :

• **Démontrer** : une mesure d'impact social permet de prouver auprès des parties prenantes internes et externes d'une organisation les différents effets positifs qu'elle génère.



• **S'améliorer** : une mesure d'impact social permet d'identifier des leviers d'amélioration ou des pistes d'action pour renforcer les effets positifs d'une organisation ou d'un projet.



## L'UTILITÉ SOCIALE

Depuis 2014, l'utilité sociale est définie par la loi. Cette définition légale permet de lister des activités très variées, reconnues comme utiles socialement.



Source : Schéma à partir de Jean Gadrey, L'utilité sociale des organisations de l'économie sociale et solidaire, Rapport de synthèse pour la DIES et la MIRE, février 2004.

### L'utilité sociale s'incarne ainsi de différentes manières !

Il est possible de réfléchir à une ou plusieurs dimensions de l'utilité sociale d'une organisation dans son ensemble et/ou d'une action ciblée.

Par exemple, l'ESAT peut être considéré comme utile socialement au titre de ses apports économiques, mais également en tant qu'il contribue à la sociabilité, à renforcer l'accès aux droits, à améliorer les conditions du développement humain durable, à renforcer la solidarité et/ou encore à diminuer les inégalités sociales.

## LA MESURE D'IMPACT SOCIAL

**L'impact social consiste en l'ensemble des effets positifs comme négatifs d'une action, d'une activité ou d'une organisation, tant sur son environnement interne et externe que sur la société en général.**

(définition adaptée de la définition du CSESS, 2011, p.8)

La mesure d'impact social est une méthode qui permet d'apprécier et d'objectiver notre capacité à répondre aux enjeux de la société, notre contribution à l'utilité sociale. Pour une association du réseau Unapei, il s'agira notamment de viser à améliorer la situation et le pou-

### 1/ Identifier

Mesurer l'impact social consiste d'abord à identifier les effets que l'on souhaite analyser. L'organisation est invitée à interroger sa logique d'intention, que pensons-nous ou souhaitons-nous générer et auprès de qui ? Il est pertinent de s'appuyer sur les différentes dimensions de l'utilité sociale, afin d'éclairer les effets qui comptent..

### 2/ Objectiver

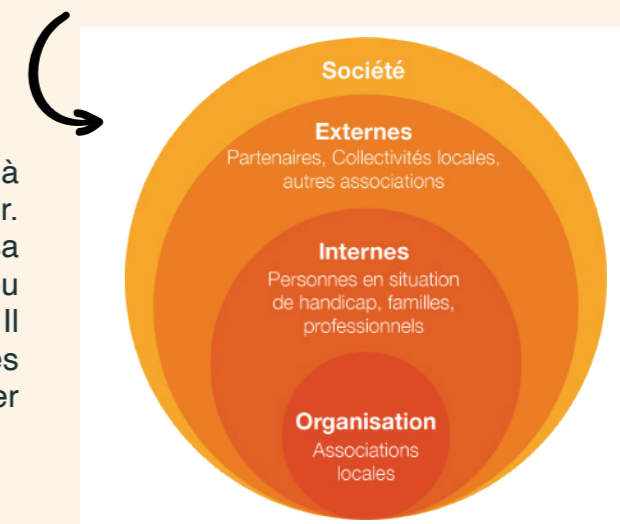
La mesure d'impact social implique de s'appuyer sur un ensemble de données objectivement vérifiables permettant de mesurer les effets d'une organisation ou d'une action. Ceci permettra de faciliter la lecture commune avec les parties prenantes internes et externes et de nourrir des argumentaires solides et étayés..

### 3/ Interpréter

Obtenir des données doit nécessairement fait l'objet de croisements et d'une analyse en corrélation avec les hypothèses d'impact posées et les parties prenantes interrogées.

### 4/ Construire un point de vue partagé

Il s'agit d'une étape également essentielle de la démarche pour garantir l'appropriation des résultats, appuyer le dialogue et mettre en exergue les éléments qui seront valorisés à des fins de démonstration et d'amélioration selon les enjeux de l'organisation.



### Retours d'expériences

La mesure d'impact social est un sujet nouveau pour le secteur Médico-Social et le Mouvement Unapei. Le choix a été fait de parler de « mesure » d'impact social et non d'évaluation, de façon à relever les opportunités liées à une démarche de mesure d'impact social plutôt que les contraintes de l'évaluation.

Les expériences menées dans les trois régions ont ainsi permis de confirmer l'enjeu initial partagé de positionnement fort auprès des pouvoirs publics. Et de prendre conscience également des atouts en termes de pistes d'amélioration stratégique et opérationnelle que proposent les démarches de mesure d'impact social

*Équipe de pilotage nationale.*

## POURQUOI CELA PEUT NOUS INTÉRESSER ?

• **Démontrer** (*Consolider, porter des argumentaires supplémentaires*)

*Nous souhaitons prouver à nos financeurs que leur contribution permet de générer des effets positifs sur les personnes accompagnées ainsi que sur le territoire.*

*Nous souhaitons mobiliser nos parties prenantes pour partager davantage le sens des actions mises en œuvre et leurs effets.*

*Nous souhaitons renforcer nos éléments de dialogue avec les décideurs politiques pour coconstruire une vraie vision stratégique autour d'un projet sociétal.*

*Nous souhaitons disposer de données qui permettent de valoriser les métiers et les carrières dans le champ du handicap et potentiellement faciliter nos recrutements.*

*Nous lançons un projet d'innovation sociale et nous souhaitons confirmer au fil de son déploiement sa cohérence avec les besoins et objectifs identifiés.*

• **S'améliorer** (*Continuer à progresser sur ce qui compte le plus pour nous*)

*Nous nous interrogeons sur l'impact d'une de nos actions, nous ne sommes pas sûrs qu'elle réponde pleinement à l'objectif pour lequel nous avons décidé de la mener.*

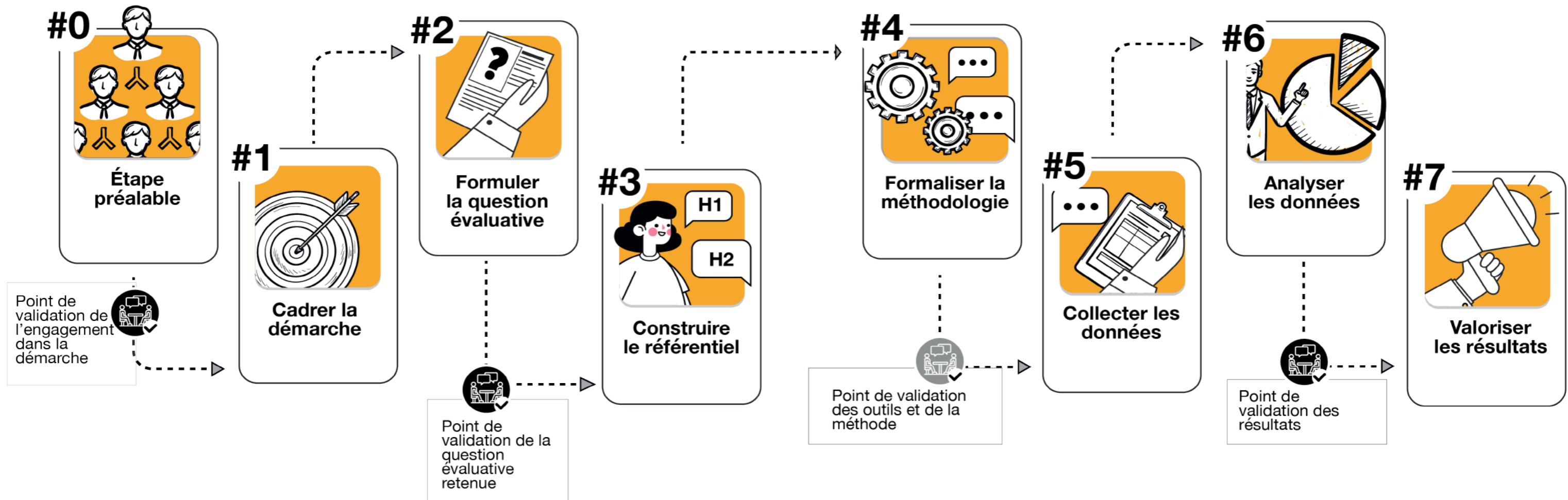
*Nous sommes dans une démarche de réécriture du projet associatif et souhaitons réinterroger les enjeux prioritaires*

*Nous faisons évoluer certaines de nos pratiques et nous avons besoin de suivre ces évolutions et de nous assurer qu'elles vont dans le bon sens.*

*Nous souhaitons identifier les leviers d'amélioration d'une action.*

*Nous souhaitons construire une lecture commune sur un enjeu qui n'est pas totalement partagé aujourd'hui dans notre organisation ou qui porte à débat, nous avons besoin de données pour mieux éclairer ce sujet.*

## LES ÉTAPES DE LA MESURE D'IMPACT SOCIAL



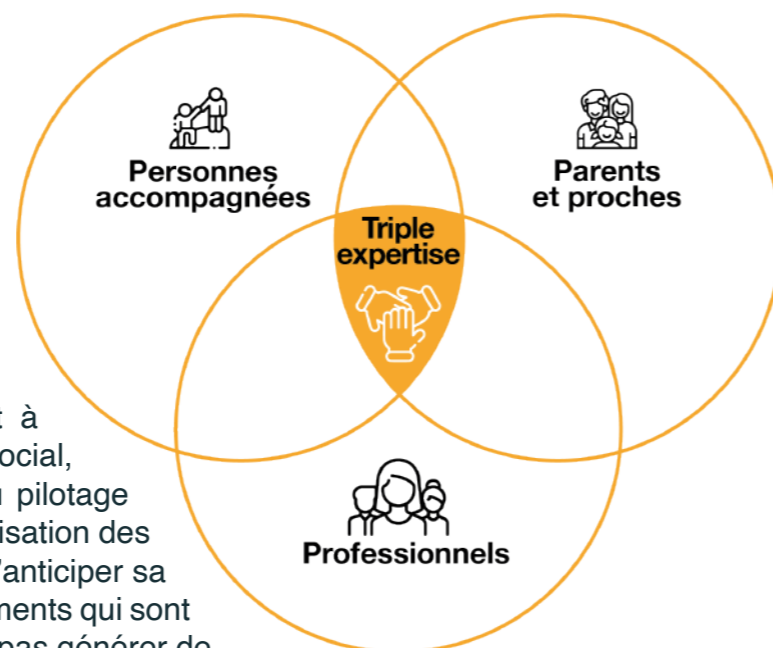


## LA MOBILISATION DES PARTIES PRENANTES

### MOBILISER LA TRIPLE EXPERTISE

La triple expertise, au cœur du modèle de société porté par l'Unapei, se base sur les **regards croisés des personnes en situation de handicap, des parents et proches, et des professionnels.**

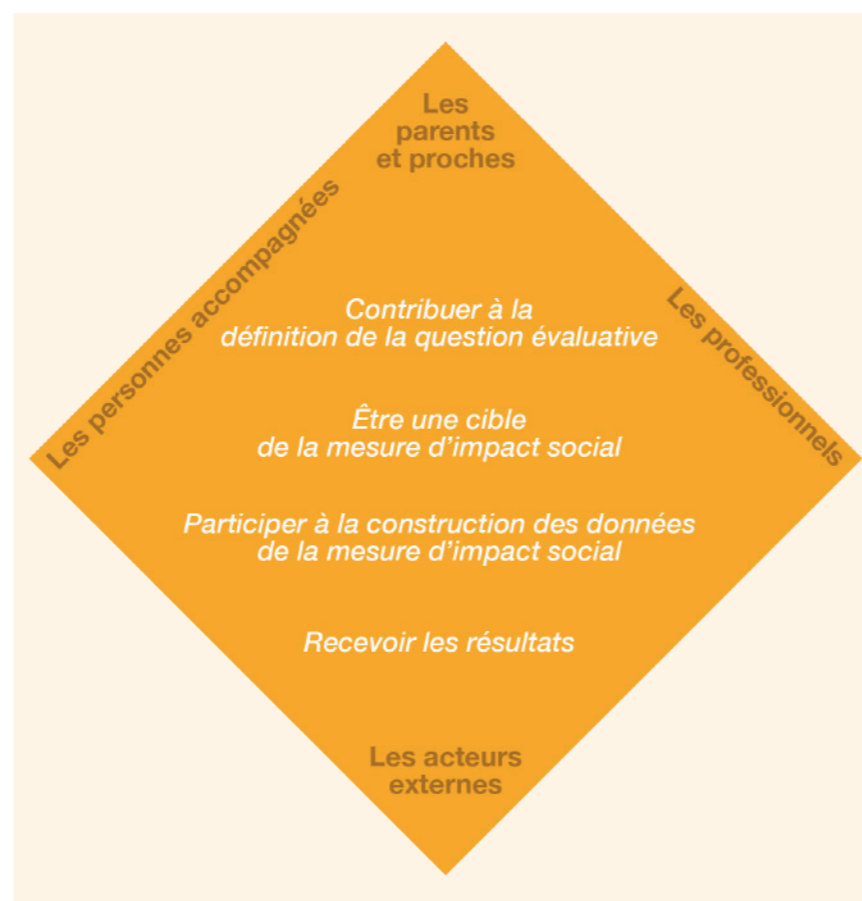
Mobiliser la triple expertise est pertinent à toutes les étapes de la mesure d'impact social, depuis la définition de la gouvernance et du pilotage du projet jusqu'à la dernière étape de valorisation des résultats. C'est pourquoi, il est important d'anticiper sa mise en œuvre et de s'accorder sur les éléments qui sont attendus des uns et des autres, afin de ne pas générer de sentiment de frustration ou d'incompréhension.



### IMPLIQUER LES PARTIES PRENANTES EXTERNES

La mesure d'impact social n'est pas qu'une démarche interne. En fonction des objectifs et de la question évaluative retenue, il peut être intéressant de mobiliser différentes catégories de parties prenantes externes tels que :

- les décideurs publics,
- les financeurs,
- les partenaires,
- les acteurs et organisations de la société civile environnante,
- etc.



## Pourquoi mobiliser les parties prenantes internes et externes dans une démarche de mesure d'impact social ?



**Pour mobiliser des interlocuteurs qui ne le sont pas forcément systématiquement.**



**Pour amorcer ou renforcer des liens et des collaborations avec les acteurs impliqués.**



**Pour améliorer la connaissance et la perception des activités par des acteurs extérieurs.**

**Pour croiser des points de vue et obtenir des données consolidées.**



**Pour être force de propositions sur les enjeux qui comptent pour le Réseau Unapei.**



### Retours d'expériences

Malgré la crise sanitaire, les acteurs des trois régions qui ont expérimenté la mesure d'impact social se sont fortement mobilisés. Parvenir à impulser et à soutenir cette mobilisation a été un vrai défi, mais également une vraie richesse, en termes de :

- partage avec les personnes accompagnées au quotidien
- d'apprentissages, d'analyse des pratiques et de prospective
- de travail en collectif, d'émulation

« L'hétérogénéité des représentations dans les différentes instances et étapes de la démarche, personnes accompagnées, parents administrateurs, et professionnels constitue une vraie richesse, en veillant à adapter les formats de présentation et d'animation ».

Un membre de l'équipe de pilotage

## ZOOM SUR LA MOBILISATION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Les thématiques abordées dans le cadre d'une démarche de mesure d'impact impliquent de **tenir compte du point de vue des personnes accompagnées**. Si l'on s'interroge sur l'amélioration de leur qualité de vie par exemple, il faut pouvoir intégrer le **caractère singulier** de certains déterminants de la qualité de vie, qui peuvent différer en fonction des individus.

Pour cela, plusieurs méthodes pourront être mobilisées. **Avec une aide adaptée, les personnes accompagnées sont en mesure de répondre à un questionnaire, participer à un entretien individuel ou un entretien collectif**. Il est possible également d'observer leur quotidien, afin de documenter les usages qu'elles font des services proposés par l'association, comment elles s'en emparent et les mobilisent, ce que cela produit.

En plus de recueillir leur point de vue, il est intéressant de **mobiliser les personnes accompagnées dans les différentes étapes du processus**.

### Comment impliquer les personnes en situation de handicap dans une démarche de mesure d'impact social ?

- **Les consulter** aux étapes clefs de la démarche de mesure d'impact social. Afin de recueillir leur avis sur la question évaluative, les hypothèses d'impact, les indicateurs, les outils de collecte, ou encore sur les résultats.
- **Les interroger** au cours de la collecte des données grâce à des formats adaptés
- **Solliciter leur avis** en amont des COPIL, en transmettant à l'avance les sujets discutés et prévoir les outils adaptés pour recueillir leurs voix.
- **S'appuyer** sur les auto-représentants pour communiquer et diffuser la démarche auprès des personnes accompagnées.
- **Organiser** des temps de restitution des résultats auprès des personnes accompagnées.



### Astuce

La transcription FALC permet de faciliter l'accès à l'information pour les personnes ayant des difficultés de compréhension. Cette méthode, conçue et développée avec des personnes en situation de handicap, permet de simplifier et de rendre accessible tout document.

Le FALC a fait ses preuves depuis plus de dix ans, et il ne dispense bien sûr pas d'un accompagnement adapté à chacun. Des approches complémentaires peuvent être utiles en fonction des besoins de personnes.

**pour aller plus loin : FicheTranscriptionFALC\_WEB.pdf**



### Retours d'expériences

Les Unapei Régions qui ont interrogées des personnes accompagnées ont adaptés les formats de collecte de données :

- Traduction et test des outils en FALC
- Mise à disposition des questionnaires imprimés pour celles et ceux qui n'étaient pas en mesure d'utiliser le format informatique
- Accompagnement par des moniteurs d'atelier ou d'autres professionnels des associations afin de pouvoir expliciter des questions plus complexes et retranscrire les réponses
- Organisation de focus group adaptés

« Les questions permettaient de sortir du quotidien et des questions pratiques qu'on leur pose d'habitude. Ça a été très riche pour nous aussi de les écouter et de savoir ce qu'ils pensaient et comment ils se sentaient ». **Une professionnelle membre d'un groupe de travail**

## LES FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE

### Un partage étendu du sens et des finalités de la démarche

S'assurer qu'elle est **partagée au sein de la gouvernance du projet** et construire un consensus global sur :

- **Les objectifs attendus** de la mesure d'impact social
- **Les modalités d'engagement** : les moyens mobilisables et le calendrier

S'assurer d'avoir **une vision globale du processus** :

- **Les étapes de la démarche** identifiées par la gouvernance et les équipes projet
- **Les livrables prévus** auprès des cibles identifiées

**Se lancer en conduisant la démarche de manière objective, transparente et en tenant compte des moyens disponibles.**

### Des moyens identifiés

Pour mener à bien une démarche de mesure d'impact social, **le temps et les ressources nécessaires** doivent pouvoir y être affectés :

Bien **identifier les acteurs de la démarche selon les étapes** : pilotage, validation, production, consultation. Il conviendra également de s'assurer que ces personnes ont le temps et les ressources nécessaires pour s'impliquer.

**Anticiper le budget alloué nécessaire** à l'ensemble des étapes de la démarche

Il sera possible de progresser au fil du temps, pour **ajuster, enrichir ou repositionner** selon les étapes.

### Un calendrier partagé

Il est essentiel de **fixer les étapes et des échéances** pour tenir la démarche de bout en bout.

La **visibilité et la concrétisation de résultats** restent clefs dans la **mobilisation des différents contributeurs**.



### Bonnes pratiques

- La démarche de mesure d'impact social doit être menée en cohérence de bout en bout. Idéalement, la personne nommée en charge de ce projet doit pouvoir être impliquée dès la phase de cadrage.
- Un COFIL de suivi de la démarche et un groupe de travail pour sa mise en œuvre sont généralement mis en place. Ce seront les instances de décision et de travail, auprès desquelles le chargé de mission impact social s'investira.
- Attention toutefois à ne pas négliger d'autres espaces de consultation dans lesquels les parties prenantes pourront faire un retour ou donner leur avis !
- Ne pas hésiter à consulter à différentes étapes de la démarche des parents, des professionnels, des personnes accompagnées ou encore des partenaires qui pourront par exemple :
  - donner leur avis sur la question évaluative ;
  - faire des retours sur un questionnaire pour l'enrichir ;
  - contribuer à l'analyse des données collectées pour contribuer à leur éclairage ;
  - partager des données ou des informations enrichissant la démarche.



### Points de vigilance

- Tous les sujets ne peuvent être mesurés sur une seule étude. Se lancer dans une démarche de mesure d'impact social implique de faire des choix.
- Il convient d'être transparent sur les choix qui sont opérés et la méthode mise en place. Une communication claire, faisant état des forces et des limites éventuellement perçues de la démarche, renforcera la crédibilité des résultats obtenus.
- Il convient de s'assurer avant de s'engager que ce travail sur la mesure d'impact social ne vient pas interférer avec d'autres enquêtes ou études menées en parallèle. Il n'est pas toujours simple de mobiliser un même interlocuteur à de trop nombreuses reprises ! Au besoin, il pourra être nécessaire de revoir le calendrier.

# PARTIE 2

## LA DÉMARCHE PAS À PAS

Cette deuxième partie vise à présenter les grandes étapes d'une démarche de mesure d'impact social et à vous guider dans la mise en œuvre.

En amont du processus, il conviendra d'abord de s'accorder sur le portage interne de la démarche et de **poser le cheminement qui vient interroger l'utilité sociale du sujet traité.**

La première séquence est d'ordre **stratégique**. Elle renvoie aux objectifs politiques de la démarche de mesure d'impact social. Elle comprend trois étapes essentielles pour s'accorder sur une vision et des objectifs communs : le cadrage de la démarche, la formulation de la question évaluative et l'élaboration des hypothèses d'impact.

La deuxième séquence porte sur des **étapes plus techniques** : de la construction des outils de collecte, la récolte des informations et l'analyse des données. Elle sera l'occasion de mobiliser à la fois des expertises internes et externes.

Enfin, la troisième et dernière séquence porte sur la **valorisation et la diffusion des résultats auprès des cibles de la démarche** qui auront été identifiées. Au delà de la mise en forme des résultats, cette séquence est une opportunité d'approfondissement afin de présenter les éléments majeurs de l'étude. Le processus collectif doit être maintenu pour s'assurer de la continuité et poursuivre l'appropriation de tous.

#0  **Étape préalable**

**SÉQUENCE 1**  
#1  **Cadrer la démarche**

#2  **Formuler la question évaluative**

#3  **construire le référentiel**

**SÉQUENCE 2**  
#4  **Formaliser la méthodologie de collecte**

#5  **Collecter les informations**

#6  **Analyser les données**

**SÉQUENCE 3**  
#7  **Valoriser les résultats**



# #0 ÉTAPE PRÉALABLE

En amont du processus, il convient d'abord de s'accorder sur le portage interne de la démarche et de poser le cheminement qui vient interroger l'utilité sociale du sujet traité.

## INVESTIR LA GOUVERNANCE ET LE PORTAGE DE LA DÉMARCHE

La gouvernance permet de désigner les instances qui vont porter les décisions tout au long du processus.

Il est important que les membres du Conseil d'Administration valident le lancement et les éléments de cadrage stratégique.

Ensuite, chaque démarche se structure comme cela semble le plus pertinent pour l'organisation. Il est possible de constituer un Comité de pilotage, auquel le CA délègue un pouvoir de décision, ou bien de mobiliser le CA pour piloter la démarche dans son ensemble et valider ainsi chaque étape.

### Le pilotage

Le rôle du comité de pilotage sera a minima de conduire le cadrage de la démarche, d'entériner la question évaluative retenue permettant de lancer la collecte de données ainsi que de valider les résultats obtenus et la stratégie de valorisation.

### La réalisation

Les hypothèses d'impact ainsi que les outils pourront être travaillés en groupe de travail. Les membres pourront évoluer en fonction des étapes et des compétences et expériences requises. Il peut être intéressant de mobiliser différents types d'acteurs : personnes accompagnées, professionnels, experts, directions, parents, partenaires ou clients, pour qu'ils donnent leur avis ou pour qu'ils contribuent aux différentes étapes.

### Suivi du projet

Il est indispensable de désigner un responsable de projet qui pourra suivre toutes les étapes de la mesure d'impact social, mobiliser les différents interlocuteurs et organiser les temps de travail, s'assurer de la tenue des jalons et des échéances du projet et faire le lien entre le CA ou le COPIL et les personnes qui participent au groupe de travail.

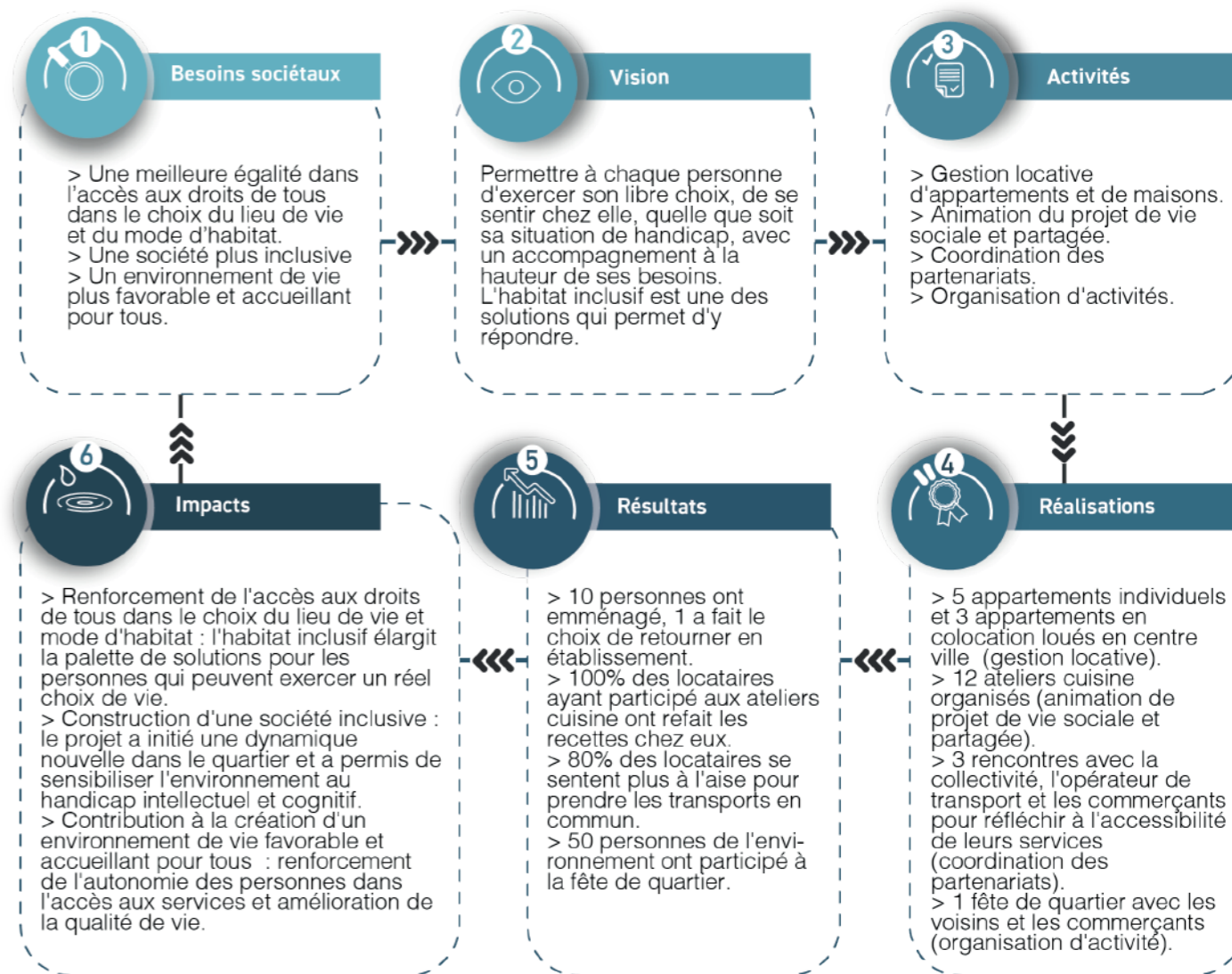
## LA THÉORIE DU CHANGEMENT POUR S'ACCULTURER COLLECTIVEMENT À LA DÉMARCHE D'IMPACT SOCIAL

« Une théorie du changement est une description de la manière dont une intervention est censée produire les résultats espérés » (Gertler, Martinez, Premand, 2011).

Travailler avec la théorie du changement permet de s'assurer que le sens et le cheminement de la démarche de mesure d'impact social soient compris par tous au sein de l'association.

Appliquée aux projets d'utilité sociale, la théorie du changement permet d'identifier en quoi une activité, une action contribue à la réalisations d'impacts sociaux.

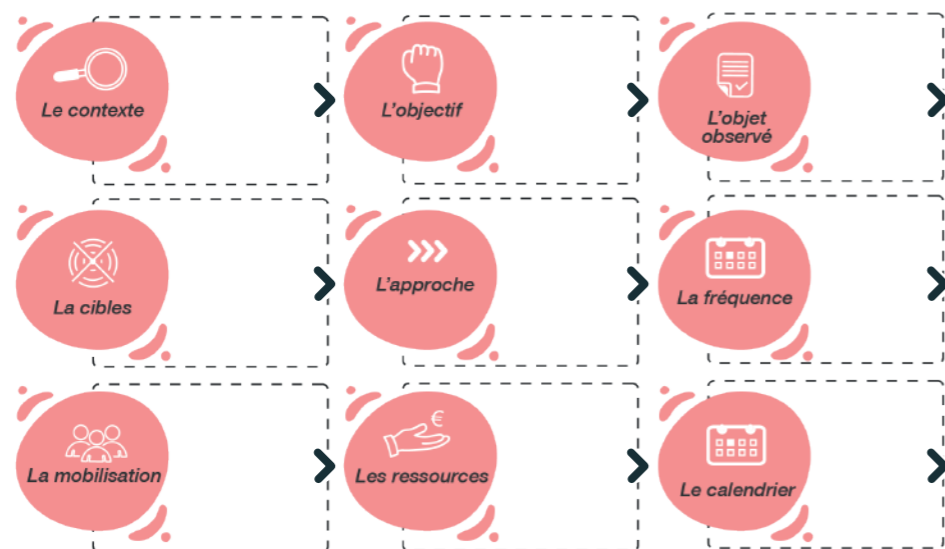
Cet outil permet aussi de s'assurer que les besoins identifiés et les impacts visés concordent.



# #1 CADRER LA DÉMARCHE

Cette première étape est centrale pour apporter un socle à la démarche et une visibilité sur ses objectifs auprès des personnes qui vont être mobilisées au long cours. Elle permet de poser un cadre commun sur les attendus.

Celui-ci consiste à définir les 9 paramètres généraux suivants :



Le contexte

**Quels sont les éléments de contexte qui conduisent l'organisation à mener une étude de mesure d'impact social ?**

Ils peuvent être d'ordre interne (renouvellement du projet associatif et stratégique, lancement d'une nouvelle activité, interrogation des attentes des parties prenantes, ...) ou d'ordre externe (enjeu de société émergent, changement de modalités de financement, nouvelle loi...)

L'objectif

**S'agit-il d'une démarche pour s'améliorer ou pour rendre compte ?**

Les implications ne seront pas les mêmes, la première cherchant plus à identifier et analyser les leviers de progrès, la seconde visera davantage à valoriser des éléments. (cf. page 9 du Guide)

L'objet observé

**Quels acteurs et périmètre souhaitez-vous étudier au regard du contexte et des objectifs ?**

Un public en particulier ? Familles, personnes accompagnées, professionnels, partenaires... ? Une activité, un programme, un établissement, une association ? Il est préconisé de ne pas multiplier les objets d'observation, mais de focaliser la démarche sur un ou deux en priorité.

Il existe bien évidemment un lien de cause à effet entre le périmètre retenu et le niveau de ressources à mobiliser pour mener la démarche : plus l'activité concernée est large, plus la démarche de mesure d'impact social sera importante.

Les cibles

**Quelles sont les personnes, organisations ou institutions à qui vous souhaitez adresser les résultats de la démarche ?**

Attention à ne pas confondre les cibles et les personnes qui seront interrogées dans le cadre de la question évaluative.

L'approche

**S'agit-il d'une démarche prospective ou retrospective ?**

On observe deux grandes typologies :

La démarche prospective sera mobilisée avant le lancement d'un nouveau projet. Dans cette approche, il s'agit de projeter les impacts sur le moyen et long terme.

La démarche rétrospective s'appuiera sur les activités passées ou en cours. Dans cette approche, il s'agit d'analyser les résultats effectifs de l'action mise en œuvre.

La fréquence

**Selon quelle périodicité souhaitez-vous réaliser ce type de démarche ?**

Une démarche unique ? Une démarche périodique (annuelle, pluriannuelle) ? Une démarche pluriannuelle avec d'autres sujets interrogés ?

La mobilisation

**En lien avec l'étape préalable, quels sont les instances et les référents à mobiliser sur les différentes phases de la démarche ?**

Identifier le rôle, les capacités et la disponibilité des parties prenantes est déterminant pour permettre l'adhésion et construire les bonnes conditions d'implication.

Les ressources

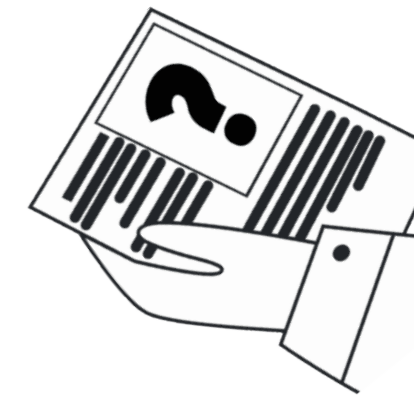
**Quelles sont les ressources techniques, documentaires et financières potentiellement accessibles pour mener à bien la démarche ?**

Il est essentiel d'identifier en amont les ressources disponibles (exemple : coordonnées et accès aux acteurs pré-ciblés pour la collecte de donnée, budget nécessaire...), à rechercher ou impliquant la révision du périmètre d'étude.

Le calendrier

**Y a-t-il un ou plusieurs éléments contextuels internes et/ou externes à prendre en compte pour la conduite de la démarche et la présentation des résultats ?**

Il est essentiel de poser un calendrier prévisionnel dès le cadrage de la démarche.



## SÉQUENCE 1

# #2 FORMULER LA QUESTION ÉVALUATIVE

Une fois le cadre posé, la détermination et la formulation de la question évaluative constitue la deuxième étape-clé.

### POURQUOI ÉCRIRE UNE QUESTION ÉVALUATIVE ?

La question évaluative est la colonne vertébrale d'une mesure d'impact social ! Elle pose le cadre précis de ce qui va être mesuré. Tout l'objectif d'une mesure d'impact social est précisément d'apporter une réponse à cette question. Celle-ci doit être en cohérence avec le cadre posé en amont. Si ce n'est pas le cas, il est indispensable de procéder à un système d'allers/retours jusqu'à la validation finale de celle-ci.

### QU'EST-CE QU'UNE BONNE QUESTION ÉVALUATIVE ?

Une bonne question a les caractéristiques suivantes :

- **pertinente.** Son intérêt est partagé et a été validé. Cela veut dire que la question posée est perçue comme stratégique pour l'association et que les résultats attendus seront utiles.
- **précise.** Cela veut dire qu'il y a un accord derrière le sens de tous les mots qui la composent.
- **objectivable.** Cela veut dire qu'il est possible de récolter des données tangibles, opposables. Par exemple : si l'on souhaite mesurer l'impact d'une action sur le bien-être des personnes accompagnées, sommes-nous d'accord sur les composantes du bien-être au-delà de sa dimension subjective ? Existe-il des éléments partagés de définition sur lequel s'appuyer pour le définir et le mesurer ?
- **efficente.** Cela veut dire que nous sommes en capacité d'y répondre. Par exemple, si l'on souhaite poser une question évaluative très large, il faudra s'assurer que les ressources pour y répondre sont mobilisables.



### Retours d'expériences

La définition de la question évaluative est un enjeu clef. Elle permet de mobiliser en rendant la démarche très concrète. La co-construction est très importante également. Partager la question évaluative avec différentes catégories d'acteurs permet de s'assurer que tout le monde en a la même lecture et que les enjeux stratégiques qu'elle recouvre sont partagés.

Un membre de comité de pilotage



### Astuce

Démarrer la question par « Dans quelle mesure... ? » permet de développer une démarche nuancée et progressive, de pouvoir mettre le doigt sur ce qui marche bien et ce qui peut être amélioré.

### Quelques repères techniques pour construire sa question évaluative



### Astuce

Il est aussi intéressant d'avoir en tête les indicateurs SMART issus de la méthodologie de gestion de projet : Spécifique - Mesurable - Atteignable - Réaliste - Temporel

# #3 CONSTRUIRE LE RÉFÉRENTIEL



Le référentiel de la mesure d'impact social est un outil qui permet de synthétiser l'ensemble de la démarche méthodologique. Il facilite le suivi de la cohérence de la conduite de la mesure en proposant un récapitulatif allant de la question évaluative à la source des différents indicateurs mobilisés. Il s'avère également essentiel lors de la phase d'analyse des résultats pour conserver le sens et la cohérence de la démarche (cf. Les outils pratiques p.44).



## HYPOTHÈSES D'IMPACT

On parle d'«hypothèses d'impact» car il s'agit de préciser l'intention de l'organisation, ce qu'elle souhaite générer, sans que cela ne soit encore démontré à ce stade. Une hypothèse d'impact doit être intelligible, simple et ne pas recouvrir trop de dimensions. Si besoin, il est préférable de la décomposer en plusieurs hypothèses à soumettre à l'instance décisionnaire.

*Par exemple : Proposer un habitat inclusif contribue à la création d'un environnement de vie favorable et accueillant pour tous.*

## SOUS-IMPACTS

Les sous-impacts représentent l'ensemble des effets que l'on souhaite mesurer à partir des hypothèses identifiées.

*Par exemple : renforcement de l'autonomie des personnes dans l'accès aux services et amélioration de la qualité de vie, les personnes en habitat inclusif ont des interactions sociales plus nombreuses.*

## INDICATEURS

Les indicateurs sont des unités permettant de mesurer les effets identifiés : un nombre, un pourcentage. Ils viendront confirmer ou infirmer les sous-impacts, eux-mêmes validant ou non les hypothèses.

*Par exemple : l'évolution du nombre d'interactions, le nombre de personnes différentes ou nouvelles rencontrées, le pourcentage d'habitants déclarant que ces interactions sont satisfaisantes, etc.*



## Retours d'expériences

Cette étape permet une forte implication des groupes de travail. Les éléments d'impact deviennent plus clairs également : cela permet d'incarner les effets recherchés, de les décortiquer. En fonction de la thématique retenue, il est important d'impliquer des professionnels experts sur le sujet. Ils peuvent en effet contribuer à éclairer les aspects les plus techniques des hypothèses et avoir une vision précise sur les indicateurs à retenir.

Équipe de pilotage régional



- Choisir entre 4 et 6 hypothèses d'impact maximum : au-delà, le nombre de sous-impacts et d'indicateurs risque d'être trop élevé.
- Organiser un atelier 'remuménages' : cet atelier mobilise idéalement des participants en prise directe avec les hypothèses d'impacts concernées, de façon à alimenter la réflexion à partir de situations vécues et concrètes. Son objectif est de parvenir à mettre à plat les différentes composantes qui permettront de répondre à la question évaluative.
- Pour chaque indicateur se demander : en quoi la réponse va-t-elle servir l'analyse et éclairer les hypothèses posées ? Cela peut permettre de repérer un indicateur mal formulé, redondant ou peu pertinent.

La méthodologie de mesure d'impact social repose sur un **processus organisé en étapes cohérentes** afin d'en faciliter son appropriation et sa mise en œuvre. Il est cependant important de noter que la démarche doit se faire **de manière cyclique (itérative)**. En effet, l'un des facteurs clés de succès d'une démarche de mesure d'impact social est de **s'assurer de la cohérence tout au long du processus**.

Sans donner l'impression de faire machine arrière, il est important que l'équipe projet puisse régulièrement, après chaque étape, repasser l'ensemble des matériaux produits pour vérifier le bon alignement. L'élaboration des hypothèses d'impact peut amener à réajuster la question évaluative. Si celle-ci est ajustée, il faut s'assurer que le cadre évaluatif est toujours compatible, etc. Ce travail itératif est vrai pour la séquence 1. **Il faut donc que toutes les productions soient vérifiées et stabilisées avant d'entamer les étapes suivantes.**



# #4 FORMALISER LA MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE

La méthodologie de collecte découle du cadre évaluatif et nourrit le référentiel. Les hypothèses d'impact, sous-impacts et indicateurs élaborés, il s'agit à présent d'organiser la collecte de données. Elle peut reposer sur un outil unique (questionnaire par exemple) ou sur une combinaison d'outils.

Il s'agira d'identifier les outils à construire et les personnes et/ou espaces ressources. Il sera également possible d'intégrer deux niveaux d'information complémentaires qui nourriront aussi la collecte et l'analyse, l'accessibilité de la donnée (facile, sensible...) et le niveau de pertinence (priorité pour éclairer l'impact).

## CHOISIR LES OUTILS

Une fois le travail de recensement des données accessibles réalisé, il faut décider, en fonction des hypothèses et des indicateurs sélectionnés, des outils les plus appropriés pour collecter les informations manquantes.

Les 3 outils les plus fréquemment utilisés sont :

- le questionnaire
- l'entretien semi-directif
- le focus group.

En combinant les outils, la démarche s'enrichit et permet par exemple :

- d'approfondir les ressentis des publics interrogés ;
- de croiser les regards ;
- d'apprécier l'ampleur des ressentis des personnes accompagnées par un questionnaire.

**Pour aller plus loin sur les outils mobilisables, rendez-vous p.48.**

- de croiser ces ressentis par le point de vue des parents sur ces sujets par un questionnaire qui leur est adressé ;
- d'identifier les raisons à l'origine de résultats étonnants ;
- d'approfondir en focus group des sujets clés.

À partir du choix des outils, le groupe de travail engage un travail de planification de la démarche de collecte pour organiser la chronologie des différentes étapes référentes à la méthodologie et en fixer les modalités.



### Astuce

Avant de mettre en place les nouvelles méthodes et outils de collecte, **il est important de faire un point sur les données déjà à disposition de l'organisation.** En partant des hypothèses, il s'agit de centraliser les informations déjà disponibles, dans des enquêtes, dans des rapports d'activité ou dans les outils existants de suivi et de pilotage des actions. Sur cette base, il sera plus simple d'identifier les outils à construire pour récolter les données complémentaires.

## ORGANISER LA COLLECTE DE DONNÉES

Une fois les outils de l'enquête construits, il s'agit de s'organiser pour collecter les données.

### 1- Organiser la collecte de données en fonction des outils mobilisés

#### Pour une enquête par questionnaire :

- Avoir une base de contact à jour.
- S'assurer de la conformité de la démarche de sollicitation à la réglementation générale sur les données personnelles (RGPD).
- S'interroger sur la pertinence d'une diffusion par mail : les personnes sont-elles suffisamment à l'aise avec l'outil informatique pour y répondre en autonomie ?
- Prévoir les autres modes de diffusion possibles : impression papier, lieu de distribution des questionnaires, personnes en appui au remplissage, personnes mobilisées pour retranscrire les questionnaires en ligne.
- Prévoir la transcription en Falc du questionnaire s'il s'adresse à des personnes accompagnées.

#### Pour une campagne d'entretiens ou de focus group :

- Identifier les participants, les inviter et s'assurer de leur disponibilité.
- Choisir les lieux où ils se réuniront.

#### Pour une collecte de données dans un tableau de reporting :

- Identifier les interlocuteurs en capacité de fournir les données.

### 2- Impliquer en amont les personnes en charge de la collecte des données

Les personnes qui seront en charge de la collecte de données doivent être correctement préparées pour que celle-ci se déroule dans de bonnes conditions.

- **Appropriation et autonomisation** : les données à collecter doivent être comprises par toutes les personnes qui vont participer à la collecte : sens et méthodologie
- **Cadre de mobilisation** : le temps alloué dans le planning et la cadre de référence pour le recueil des données et/ou leur retranscription doivent être clairement identifiés
- **Neutralité** : la posture des collecteurs est importante pour ne pas influencer les réponses des interviewés.



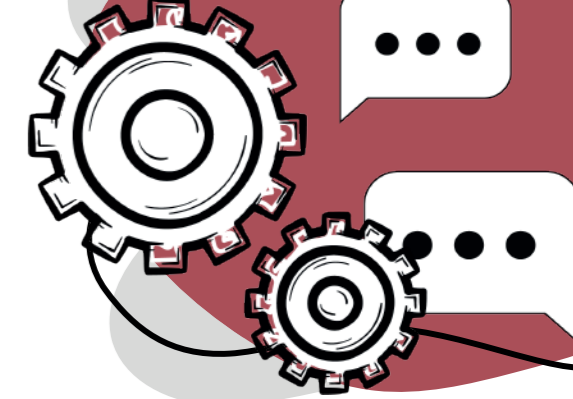
### Retours d'expériences

« Nous avons testé le questionnaire auprès de personnes accompagnées sur la base du volontariat dans les établissements. Il a été très apprécié par les personnes de pouvoir tester et être impliquées pour améliorer un outil, et ça a été utile pour ajuster des formulations ». Une professionnelle



### Astuce

En fonction de la thématique, ne pas hésiter à se rapprocher de personnes ressources qui pourront avoir une relecture critique des outils. Penser donc à mobiliser les personnes référentes thématiques, les professionnels en prise avec ces questions en interne ou au sein de l'Unapei, etc.



# #5 COLLECTER LES DONNÉES



Si les 3 outils principaux, le questionnaire, l'entretien et le focus group sont souvent mobilisés conjointement, il est fréquent de commencer par le questionnaire. Ce dernier va mettre en exergue des points particuliers, des indicateurs singuliers, relatifs ou imparfaits. Les entretiens semi-directifs et les focus group viendront ensuite alimenter les premiers résultats en les complétant ou les enrichissant.

Le pilotage de la collecte par le responsable de projet est essentiel pour assurer le suivi, la coordination des relances, le lien avec les personnes en charge de la collecte sur le terrain.



## Retours d'expériences

Dans deux régions sur trois, des outils de collecte diversifiés ont été mis en place : entretiens, questionnaires, focus group, recueil de données.

L'articulation entre les membres du groupe de travail et les personnes en charge de la collecte est importante, afin de s'assurer que la démarche est comprise. L'organisation d'une réunion de lancement de collecte permet de partager les informations sur la démarche, de s'assurer que le processus est partagé et de répondre aux questions qui pourraient se poser.

Pour la passation du questionnaire, la mobilisation de différentes sources a été un levier fort pour atteindre les objectifs de collecte fixés : envoi en ligne, information par courrier, relai par les professionnels, aide au remplissage notamment.

Un travail de coordination avec les autres démarches mobilisant les personnes cibles et les professionnels est également indispensable, pour éviter toute surcharge ou toute confusion entre les différentes démarches. L'implication de la direction générale sur ce volet semble dès lors indispensable.

Enfin, le fait de disposer d'une visibilité en continu sur les avancées de la collecte sur les enquêtes qualitatives permet de maintenir la dynamique. Un point sur le nombre de réponses reçues peut être programmé tous les 7 jours le temps de la collecte.



### Astuce

La période de collecte ne doit pas trop s'étaler dans le temps, sinon la dynamique risque de s'essouffler. À titre indicatif, il est rare qu'il y ait de nouvelles réponses après 2 à 3 semaines suivant l'envoi d'un lien pour un questionnaire. Il est donc recommandé d'organiser une relance à ce moment.

# #6 ANALYSER LES DONNÉES

Une fois la collecte terminée, il s'agira de compiler l'ensemble des matériaux recueillis, en faire l'analyse et la synthèse, afin d'en partager les principaux enseignements. Voici quelques repères généraux pour se projeter dans cette étape.

## S'APPUYER SUR LE RÉFÉRENTIEL DE LA MESURE D'IMPACT SOCIAL POUR MENER L'ANALYSE DE MANIÈRE MÉTHODIQUE

La quantité de données recueillies peut être conséquente, d'où l'importance de s'appuyer en permanence sur le référentiel de la démarche construit en étape 3 et de structurer l'analyse sur cette base.

**Le référentiel constitue ainsi un vrai repère pour organiser méthodiquement le travail d'analyse des données collectées.**



### Retours d'expériences

L'analyse des données nécessite des expertises qui ne sont pas systématiquement disponibles en interne, notamment pour l'analyse statistique poussée. Dans certaines associations, il y a des compétences et/ou une appétence pour aller plus loin sur ces sujets. Lorsque ce n'est pas le cas, l'appui d'un cabinet extérieur peut être utile.

Équipe de pilotage régionale

## LE TRAITEMENT GÉNÉRAL DES DONNÉES RECUEILLIES

En préambule de l'analyse des données collectées, la première chose à faire est d'en avoir une vue d'ensemble :

- Lister l'ensemble des données collectées dans le cadre de l'analyse
- Identifier les réponses exploitables en ôtant celles qui sont incomplètes ou parcellaires
- Décrire les caractéristiques des répondants en fonction des variables qui sont pertinentes pour l'étude
- Classer les données à analyser en lien avec les hypothèses travaillées dans le référentiel

Afin de donner du corps à l'étude, il est également intéressant de chercher à croiser les données entre elles, de façon à vérifier si elles renforcent ou nuancent une hypothèse.

## S'APPUYER SUR L'INTELLIGENCE COLLECTIVE POUR PRODUIRE UNE ANALYSE PARTAGÉE

Organiser un partage des données brutes d'analyse avec le groupe de travail peut se révéler très intéressant pour **identifier les résultats à approfondir, discuter des implications de certains résultats ou les mettre en perspective.**

Un rapport d'étude d'impact donne souvent lieu, dans un premier temps, à des échanges et débats en interne, dans la mesure où il est source d'une quantité importante d'informations, souvent nouvelles. Un temps d'échange et de consolidation est important à intégrer avant une diffusion plus large.

**Il est vivement conseillé de procéder à une relecture collective pour s'assurer de la cohérence et procéder aux ajustements de fond et de forme.** Les échanges sur le fond ne portent pas à ce stade sur les résultats en tant que tels mais plutôt sur leur formulation afin de s'assurer que les mots et tournures employés soient intelligibles. La diversité des relecteurs pourra permettre de trouver les justes



### Astuce

• Chercher à combiner différentes natures de données pour confirmer ou infirmer une sous hypothèse, en alternant une donnée quantitative (chiffre, pourcentage), une phrase d'explication, une illustration (extrait d'entretien ou de focus group).

• Ne pas hésiter à croiser avec d'autres sources (enquêtes nationales, statistiques, etc.) pour mettre en lumière un résultat spécifique de la mesure d'impact social lorsque cela est possible et pertinent.

*Par exemple : le nombre d'heures de formation moyen d'un.e salarié.e en ESAT par rapport au nombre d'heure de formation moyen d'un.e salarié.e dans un secteur d'activité similaire à l'échelle régionale ou nationale.*



### Retours d'expériences

Le partage des données « brutes » a été très apprécié dans certaines régions : cela a permis d'enrichir l'analyse des informations collectées et de partager les constats en interne avant la présentation officielle des résultats.

Un professionnel de groupe de travail



# #7 VALORISER LES RÉSULTATS



La valorisation des résultats est l'aboutissement de la mesure d'impact social. Elle repose en premier lieu sur la production d'un rapport qui présente la démarche, synthétise les principaux enseignements et résultats, en interne ou à l'externe. Il existe ensuite une multitude de formats pour partager et diffuser les enseignements clés que l'organisation souhaite valoriser.

## UN ENJEU QUI S'ANTICIPE DÈS LE DÉBUT DE LA DÉMARCHE

Cette étape doit être réalisée en miroir des éléments de cadrage posés lors de la première étape, et notamment le focus sur les objectifs et les cibles auprès de qui rendre compte. Toutefois, au vu des résultats observés, l'association ne doit pas s'interdire d'élargir les cibles de destination.

## LA CONSTRUCTION DU RAPPORT DE PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE ET DES RÉSULTATS

Sur le fond, il est préconisé de commencer le rapport par la présentation des éléments de cadrage, les informations méthodologiques et le profil des répondants. La présentation pourra ensuite décliner les résultats par hypothèses.

Il est conseillé d'adapter les formulations en intégrant les nuances nécessaires au regard du cadre des hypothèses et des échantillonnages étudiés.

Sur la forme, il est important de conserver une homogénéité graphique tout en variant les formats et les verbatim en fonction de la pertinence et facilité de lecture. Il est



### Astuce

Il est recommandé d'être très transparent sur les points forts mais également sur les limites éventuelles des données sur lesquelles s'appuie l'étude. La crédibilité des conclusions présentées en dépend.



### Astuce

Un objectif double :

- présenter et restituer de manière accessible et synthétique auprès des cibles identifiées.
- Valoriser les enseignements clés à démontrer pour certains et les sources d'amélioration pour d'autres.

intéressant aussi d'intégrer d'autres types d'illustrations (photos prises pendant les focus group par exemple) qui permettent de montrer la dimension collective de l'étude et valoriser les personnes qui se sont mobilisées.

## L'ADAPTATION DES FORMATS ET SUPPORTS DE DIFFUSION

Les formats et les supports de restitution et de valorisation doivent être pertinents par rapport aux cibles visées. Selon les destinataires, différents types de supports de communication peuvent être construits, afin de s'assurer que les principaux enseignements sont partagés.

Bien anticiper la communication de ces résultats permet ainsi d'engager un travail pédagogique avec les cibles, un dialogue informé, reposant sur les données objectivées produites.

La démarche a également pu mobiliser de nombreuses personnes en interne : il est important de pouvoir leur faire un retour, afin de reconnaître leur engagement et de donner à voir ce à quoi elles ont contribué.



### Retours d'expériences

En plus du rapport complet de mesure d'impact social, certaines régions impliquées dans l'expérimentation ont fait le choix de construire d'autres supports de valorisation et de diffusion des résultats : création d'une plaquette synthétique, de capsules vidéo, ainsi que l'organisation d'un séminaire dédié réunissant les organisations et les acteurs contributifs et cibles de la démarche.



## LES 5 POINTS CLÉS DE LA VALORISATION :

- Présenter la démarche en même temps que les résultats : expliciter la méthode mise en place, les parties prenantes mobilisées
- Produire un rapport qui apporte les réponses à la question évaluative, en mettant en évidence les résultats et les apprentissages pour chaque hypothèse d'impact
- Synthétiser et mettre en forme les enseignements-clés pour qu'ils soient visibles et percutants
- Varier et équilibrer les supports et événements de restitution en les adaptant aux cibles
- Prévoir des espaces interactifs pour permettre aux participants de réagir aux conclusions de la mesure d'impact social

# PARTIE 3

## LES OUTILS EN PRATIQUE POUR ALLER PLUS LOIN

La conduite d'une démarche de mesure d'impact social nécessite de **mobiliser différentes techniques empruntées aux études socio-économiques**, telles que les entretiens semi-directifs, les enquêtes par questionnaire ou encore l'animation de focus groups.

Cette partie du guide vise à vous **donner des cadres de référence pour vous aider à mettre en place ce type d'outils dans votre démarche**. Sans entrer dans des démarches trop strictes, mobilisées notamment par la recherche en sciences sociales, il s'agit de disposer des clés permettant de mettre en place une démarche sérieuse et rigoureuse, ajustée à vos moyens financiers et matériels.

**Vous y trouverez un certain nombre de repères et de points de vigilance, ainsi que des préconisations pour faciliter votre analyse des données.**

## SE REPÉRER DANS LES OUTILS MOBILISABLES

Il existe plus de 250 méthodes de mesure d'impact social référencées, avec des nuances parfois très subtiles. Cette séquence vise à faciliter le repérage des différentes sources de données mobilisables pour une mesure d'impact social ; et d'en apprécier la facilité de mise en œuvre.

### Pour expliquer

#### La théorie du changement

Cette approche permet de partager la logique d'action d'une organisation, d'un service ou d'un programme. L'objectif est de partager la réflexion générale qui guide la démarche, de préciser l'intention de l'action et de la mettre en débat. Nous l'utilisons notamment pour formaliser les hypothèses d'impacts recherchés.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### La cartographie des parties prenantes

Cette approche permet de mettre en évidence les parties prenantes externes de l'organisation et de montrer la cohérence de l'action conduite avec un ensemble de partenaires. Elle permet de sortir des approches centrées sur l'organisation et de remettre en perspective l'écosystème partenarial. Elle permet également d'illustrer les contextes initiaux, la portée des efforts en termes de coopération et le partage de finalité avec d'autres acteurs.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### La cartographie géographique

Cet outil permet d'avoir une représentation géographique d'un ensemble de données, en s'appuyant sur un SIG (système d'information géographique). Très utile pour représenter une couverture territoriale, des inégalités locales, des migrations spatiales, elles peuvent être mobilisées pour développer la couverture territoriale d'une organisation (nombre de personnes accompagnées par habitant sur les différentes intercommunalités d'un département par exemple).

*Facilité de mise en œuvre :*



### Pour qualifier

#### L'analyse des données internes

La mobilisation de données existantes en interne (outils de suivi, de pilotage, rapport d'activité par exemple) permet de mettre en lumière une situation initiale, d'expliquer un environnement ou de préciser des éléments d'activité.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### L'analyse documentaire

L'étude des informations existantes dans les revues académiques, des articles, des études territoriales ou des écrits sectoriels ouvre la possibilité de s'appuyer sur des données de référence, dépassant le périmètre de l'association. Ces informations permettront de restituer le contexte, de se comparer ou de s'appuyer des raisonnements ayant déjà fait l'objet d'une démonstration.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### L'entretien individuel

L'entretien individuel peut être plus ou moins dirigé selon les éléments recherchés. Le degré d'ouverture (ouvert ; semi-directif ; directif) dépendra du degré d'avancée dans la démarche et de la finalité d'entretien. Les entretiens semi-directifs pourront par exemple être privilégiés pour explorer une situation et approfondir les effets perçus par la personne.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### Les focus groups

Cette forme d'entretien collectif vise à mobiliser un panel d'individus autour de quelques questions clés. Il s'agit de collecter des informations plutôt qualitatives (illustrations, faits, avis) pour comprendre une situation, une évolution ou l'absence de changement par exemple.

*Facilité de mise en œuvre :*



### Pour quantifier

#### L'enquête par questionnaire

Cet outil est utilisé pour recueillir des avis, des opinions, des contributions d'un grand nombre de personnes. Il sert le plus souvent pour un traitement quantitatif des informations collectées. Il peut être utilisé pour apprécier le point de vue des bénéficiaires ou d'autres publics (familles et proches, partenaires, professionnels notamment).

*Facilité de mise en œuvre :*



#### Les statistiques descriptives

Les statistiques descriptives s'attachent à présenter les informations issues d'un questionnaire, présentant un grand nombre de réponses. Il permet de qualifier les informations et de dégager une première analyse en présentant des graphiques, des tableaux, des moyennes, des médianes notamment.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### L'analyse statistique

L'analyse statistique va dépasser les statistiques descriptives en cherchant à démontrer des liens de corrélation ou de causalité entre différents éléments. Ces approches nécessitent un travail plus poussé sur l'échantillonnage initial pour monter en généralité.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### L'analyse coût-avantage

Les méthodes « coût-avantage » visent à apprécier les coûts d'une organisation ou d'un programme pour la société, et ce qu'elle permet d'en retirer. En donnant une valeur monétaire à un ensemble d'effets qui n'ont pas de valeur marchande, elle facilite l'analyse sous un angle socio-économique.

*Facilité de mise en œuvre :*



#### Les coûts sociaux évités

Cette approche vise à mettre en évidence les coûts qu'aurait supporté la société sans l'intervention passée ou à venir, de l'organisation. Cette méthode peut être utilisée pour évaluer les coûts évités par la mise en activité des travailleurs d'un ESAT par exemple. On retrouve notamment ces approches lorsque l'on souhaite s'adresser à des acteurs institutionnels et des financeurs.

*Facilité de mise en œuvre :*



Facilité de mise en œuvre : information fournie à titre indicatif, à corrélérer aux compétences et moyens et techniques disponibles



## CRÉER UN RÉFÉRENTIEL DE L'IMPACT SOCIAL

Le référentiel de mesure de l'impact social est un outil qui permet de synthétiser l'ensemble de la démarche méthodologique de mesure de l'impact social. Il facilite le suivi de la cohérence de la conduite de la mesure en proposant un récapitulatif allant de la question évaluative à la source des différents indicateurs mobilisés.

Le référentiel se construit à partir des étapes 3 et 4 de la démarche d'évaluation d'impact social. Il s'avère également essentiel lors de l'étape 6 d'analyse des résultats pour conserver le sens et la cohérence de la démarche.

### COMMENT FORMALISER UN RÉFÉRENTIEL DE MESURE D'IMPACT SOCIAL ?

Question évaluative : .....

IMPACT 1 : .....

Sous impact	Indicateurs	Sources de données	Modalités
Sous impact A	Indicateur A.1	Enquêtes familles	Questionnaire en ligne
	Indicateur A.2	Entretiens semi-directifs	Entretiens individuels
Sous impact B	Indicateur B.1	Données internes	Tableau de bord

### COMMENT UTILISER UN RÉFÉRENTIEL DE MESURE D'IMPACT SOCIAL ?

Le référentiel sert de cadrage et de repérage à différentes étapes de la démarche :

#### À l'étape 3 : « construire le référentiel »

Mobilisé à cette étape, il permet de repérer rapidement la cohérence de l'ensemble des hypothèses retenues en faisant apparaître le lien entre la question évaluative, les impacts et les sous-impacts attendus. Il est essentiel que ces hypothèses présentent un cheminement intellectuel cohérent dès cette étape ; sans quoi l'analyse et l'interprétation des résultats n'en seront que plus difficiles.

**Pour la question évaluative suivante :** *Dans quelle mesure les actions mises en œuvre par l'association favorisent l'émancipation des personnes accompagnées et renforcent leur participation à la vie de la Cité ?*

### SITUATION À ÉVITER

**Impact 1 : les personnes sont heureuses dans l'association**

- Sous impact 1a : Les personnes apprécient ce qui leur est proposé par l'association
- Sous impact 1b : les personnes se sentent bien dans l'association

**Impact 2 : les personnes ont des activités en dehors de l'établissement**

- Sous impact 2a : Les personnes sont satisfaites des activités hors établissement
- Sous impact 2b : Les personnes rencontrent des personnes en dehors de l'établissement



#### Astuce

La question évaluative est centrée sur les sujets de l'émancipation et de la participation à la vie de la Cité. En réduisant les impacts recherchés à l'idée d'être « heureux » (et plus encore d'apprécier ce que l'on propose et le fait de se sentir « bien ») et à la pratique d'activité en extérieur, on minimise fortement la portée de la question évaluative. Quelles que soient les données collectées et les résultats obtenus à partir de ces impacts et sous-impacts, il ne sera pas possible de mettre en lumière les effets de l'association sur l'émancipation des personnes.

### ALTERNATIVE POSSIBLE

**Impact 1 : les personnes accompagnées sont en capacité de faire des choix de vie**

- Sous impact 1a : Les personnes accompagnées sont informées des options qui se présentent à elles
- Sous impact 1b : Les personnes accompagnées comprennent les implications des choix qui s'offrent à elles
- Sous impact 1c : L'association accompagne à sa juste mesure les personnes dans la réalisation de leur choix de vie
- Sous impact 1d : Les personnes accompagnées font des choix de vie adaptés à leurs aspirations

**Impact 2 : les personnes accompagnées ont un accès renforcé à l'ensemble de la société**

- Sous impact 2a : les personnes accompagnées ont renforcé leur accès au droit (de vote, droits essentiels...)
- Sous impact 2b : les personnes accompagnées ont accès aux dispositifs de droit commun
- Sous impact 2c : les personnes accompagnées ont accès aux associations sportives, culturelles, sociales
- Sous impact 2d : les personnes accompagnées ont développé des relations avec des personnes en dehors des établissements sociaux et médico sociaux

#### À l'étape 4 : « formaliser la méthodologie de collecte »

Pour chaque indicateur identifié, il s'agit à présent de préciser : la source (de quel outil construit est extraite la donnée) et les modalités (le mode opératoire de recueil, voire le numéro de la question inhérente).

#### IMPACT 1 : Les personnes accompagnées sont en capacité de faire des choix de vie

Sous impact	Indicateurs	Sources	Modalités
<b>Les personnes accompagnées sont informées des options de choix de vie qui se présentent à elles.</b>	Pourcentage de personnes ayant un projet personnalisé	Données internes de l'établissement	Tableau de bord
	Nombre de réunions d'information auxquelles elles ont participé en lien avec leur projet	Données internes de l'établissement	Tableau de bord
	Sentiment des personnes accompagnées que l'association leur a permis de découvrir de nouvelles options	Entretiens semi-directifs avec les personnes accompagnées	Entretiens individuels
	Sentiment des proches que l'association facilite l'accès à la découverte des différentes options	Enquête auprès des parents et proches	Formulaire en ligne + exemplaire papier via l'établissement
	Pourcentage de personnes accompagnées considérant que l'association leur permet de connaître les options qui s'offrent à elles	Enquête FALC auprès des personnes accompagnées : question n°W	Questionnaire en administration accompagnée
	Pourcentage de personnes accompagnées considérant que les options découvertes grâce à l'association sont adaptées à leur projet	Enquête FALC auprès des personnes accompagnées : question n°X	Questionnaire en administration accompagnée
	Exemple de découvertes d'options de choix de vie jugés intéressants	Enquête FALC auprès des personnes accompagnées : question n°Y	Questionnaire en administration accompagnée
<b>Les personnes accompagnées comprennent les implications des choix qui s'offrent à elles</b>	Pourcentage de personnes accompagnées qui argumentent leur intérêt pour un choix de vie	Enquête FALC auprès des personnes accompagnées : question n°Z	Questionnaire en administration accompagnée
	.....	.....	.....



#### Astuce

S'appuyer sur le référentiel permet de mettre en évidence les différentes informations que l'on recherche par source de manière systématique. Cela permet de travailler les différents outils de collecte (enquête, entretiens) en s'assurant de n'oublier aucun sujet.

#### À l'étape 6 : « Analyser les données »

Le référentiel permet d'analyser efficacement les données : il s'agit de s'appuyer sur les thématiques identifiées pour rechercher les données correspondantes, afin de ne pas perdre le sens de la démarche. Une analyse globale doit néanmoins être maintenue, afin de détecter les impacts non attendus.

#### Sous impact : Les personnes accompagnées sont informées des options qui se présentent à elles

Indicateurs	Sources de données	Modalités	Résultats collectés
<b>Pourcentage de personnes ayant un projet personnalisé</b>	Données internes de l'établissement	Tableau de bord	78% des personnes ont un projet personnalisé (de 70% à l'IME à 94% à l'ESAT)
<b>Nombre de réunions d'information auxquelles elles ont participé en lien avec leur projet</b>	Données internes de l'établissement	Tableau de bord	-144 réunions organisées dans l'année -18 participants en moyenne -Chaque personne a participé à au moins 3 réunions
<b>Sentiment des personnes accompagnées que l'association leur a permis de découvrir de nouvelles options</b>	Enquête auprès des personnes accompagnées	Entretiens individuels	-Les termes « découverte », « apprendre », « savoir » reviennent majoritairement -« Je ne savais pas qu'il y avait un service cuisine à l'ESAT ».
<b>Sentiment des proches que l'association facilite l'accès à la découverte des différentes options</b>	Enquête auprès des parents et proches	Formulaire en ligne + papier	- Les parents témoignent de la complexité du secteur et reconnaissent que ces réunions sont des occasions de découverte pour leur proche et pour eux. - « Sans les échanges avec les professionnels, notre enfant n'aurait pas eu accès à ces solutions ». - « Nous avions déjà connaissance d'une partie des éléments présentés, mais cela nous a permis de nous conforter, notre enfant et nous, dans nos choix ».



## CONSTRUIRE UN QUESTIONNAIRE

### QUAND UTILISER UN QUESTIONNAIRE ?

L'enquête par questionnaire est mobilisée lorsque l'on souhaite un retour d'un grand nombre de personnes. Cette méthode de collecte de données permet ainsi de collecter les réponses de différents individus, pour les traiter statistiquement.

À travers une enquête par questionnaire, il est notamment possible d'obtenir des informations telles que :

**Niveau 1 : des données générales issues de l'ensemble des réponses et faciles à partager** (informations brutes, moyenne, médiane, fréquence, priorité...)

*Ex : 86% des répondants ont un projet personnalisé*

*Ex : Pour les parents répondants, la co-construction du projet est essentiel.*

**Niveau 2 : une analyse croisée permettant d'identifier des caractéristiques**

*Ex : Cette proportion est plus importante chez les agents de l'ESAT (94%).*

**Niveau 3 : une montée en généralité, lorsque les conditions sont réunies, et qui permet de souligner des liens de causalité.**

*Ex : Au sein de l'Adapei, 94% des agents de l'ESAT ont un projet personnalisé, qui contribue à renforcer leur autodétermination.*

### ÉCHANTILLONNAGE ET REPRÉSENTATIVITÉ

La recherche de la représentativité des résultats à l'échelle de de l'ensemble de la «population mère» (public ciblé pour la collecte des données) est essentielle.

Se pose alors la question de l'échantillonnage et de sa taille.

La méthode s'appuyant sur les probabilités les plus faciles à mettre en œuvre est l'échantillonnage aléatoire simple, en procédant à un tirage au sort parmi la population mère. Il est possible d'utiliser la fonction « aléatoire » d'un tableur ou de procéder manuellement.

La taille de l'échantillon varie en fonction des indices de confiance et des marges d'erreur acceptées. Pour une démarche de mesure d'impact social, un indice de confiance de 95% et des marges d'erreur de 5% sont satisfaisants.

Cela signifie que si le résultat issu de l'enquête est 20%, il y a 95% de chance que le pourcentage réel, si l'enquête est conduite auprès de l'ensemble de la population, se situe entre 15 et 25%.

*Pour un indice de confiance de 95% et une population de 500 personnes, il faut obtenir au moins moins 218 réponses pour avoir une marge d'erreur de +/- 5%.*

Taille de la population mère	Marge d'erreur de 5%	Marge d'erreur de 2%
30	28	30
50	45	49
100	80	97
250	152	227
500	218	414
750	255	572
1000	278	707
2000	323	1092
5000	357	1623



#### Astuce

Il n'est pas toujours possible de construire un échantillon représentatif : chaque association ne dispose pas forcément des informations sur la profession et catégorie socioprofessionnelle, la situation familiale ou l'âge des personnes. Dans ce cas, il est possible d'enquêter auprès d'un échantillon aléatoire (sans critères définis) ; et d'expliquer ensuite les critères qui viennent faire fluctuer les résultats (comme l'ancienneté dans l'association ; le fait d'être membre ou non ; ou encore l'âge de la personne interrogée). S'il ne s'agit que de personnes volontaires, il faut également le préciser dans l'analyse.

### QUEL FORMAT DE COLLECTE ?

Différents modes d'administration du questionnaire peuvent être envisagés pour la collecte. Chaque format a ses propres avantages et inconvénients à prendre en considération avant de se lancer.

- Le face à face
- Par téléphone
- Par voie postale ou distribution directe
- En ligne

## BIEN POSER LES QUESTIONS

Il est important que les questions soient posées de manière à ne pas influencer la réponse et à ne pas laisser de place à l'interprétation. Il faut que la question posée se rattache directement à un effet recherché : le rappel au référentiel est en ce sens utile pour éviter de poser toute question superflue. En ce sens, les questions visent à apprécier la perception qu'ont les bénéficiaires de l'impact généré par l'activité, et non de leur satisfaction du service. Aussi, il faut être vigilant à ne pas poser deux questions en une.

### IL FAUDRA ÉVITER LES FORMULATIONS SUIVANTES :

- Avez-vous déjà eu recours à l'association et pour quel service ?
- Êtes-vous satisfait du service apporté ?

### ET PRIVILÉGIER

- Avez-vous déjà eu recours à l'association ?
- Si oui, pour quel service ?

## ÉQUILIBRER LES RÉPONSES

Pour les questions à choix multiple, il est important de proposer autant de choix de réponses positives que négatives, et ce dans les mêmes niveaux d'intensité.

### À ÉVITER

- « Oui c'est indispensable »,
- « Oui c'est très important »,
- « Oui c'est important »,
- « Non c'est accessoire »,
- « Non ce n'est pas utile ».

### À PRIVILÉGIER

- « Oui tout à fait »,
- « Oui plutôt »,
- « Non plutôt pas »,
- « Non pas du tout ».

Si la notion « important » est utile à l'analyse, on privilégiera une première question permettant de se prononcer sur un « oui » ou « non » puis une seconde question demandant de positionner sur une échelle de 1 à 10 (10 étant le plus important), le degré d'importance accordé à ce critère.

Par ailleurs, il est recommandé de ne pas demander de « préciser » les réponses sur des formats ouverts, si ces précisions ne sont pas utiles à l'analyse. Il s'agit en effet d'un effort supplémentaire pour les répondants et d'un travail de traitement conséquent lorsqu'il faut analyser 300 réponses ouvertes.

## INTÉGRER LES CRITÈRES DE CARACTÉRISATION

Les critères de caractérisation sont essentiels à l'analyse des résultats obtenus. Ils permettent d'identifier des facteurs qui peuvent faire varier les réponses. On retrouve généralement dans ces critères l'âge, le genre, la profession et la catégorie socioprofessionnelle, le territoire de résidence. D'autres critères peuvent être importants

au sein du Réseau Unapei : l'antériorité dans l'association, la qualité de membre (ou d'administrateur), le type d'établissement fréquenté par exemple. En intégrant ces questions en fin de questionnaire, il sera possible de croiser les résultats obtenus par déterminant.

## QUELS OUTILS MOBILISER ?

Il est fortement conseillé de recourir à des outils de collecte en ligne, soit pour collecter les réponses en direct, soit pour reporter les réponses mobilisées en format papier ou en face-à-face. Différents outils peuvent être mobilisés parmi lesquels : Forms (intégré à la suite Office 365), GoogleForms (intégré à la suite professionnelle de Google), LimeSurvey, SurveyMonkey ou Sphinx.



### Astuce

Mobiliser plusieurs sources de collecte si vous pensez pouvoir accéder à une plus grande diversité de personnes.

## QUELS MOYENS PRÉVOIR ?

Productions	En face-à-face	Par téléphone	Par voie postale	En ligne
<b>Production du questionnaire</b>	1 jour			
<b>Test du questionnaire</b>	0,5 jour			
<b>Structuration de la base de contacts</b>	0,5 jour	1 jour	1 jour	1 jour
<b>Diffusion</b>	1 à 2 jours			
<b>Relances</b>	-	1 jour		
<b>Administration des questionnaires</b>	20 min par questionnaire (50 = 2 à 2,5 jours)	15 min par questionnaire (50 = 2 jours)	-	
<b>Administration auprès des personnes accompagnées</b>	40 min par questionnaire (50 = 5 jours)	40 min par questionnaire (50 = 5 jours)	-	



### Astuce

- Limiter le questionnaire à 40 questions maximum (mobiliser le référentiel pour identifier les questions qui peuvent être retirées)
- Prévoir au moins 6 semaines de diffusion d'une enquête, avec au moins deux formats de relance
- Planifier la collecte en intégrant les acteurs de la collecte et les moments de mobilisation dans un calendrier partagé
- Procéder à une relecture du questionnaire par plusieurs personnes au profil varié pour valider le cheminement/déroulé, l'accessibilité, la clarté, la longueur
- Organiser des tests auprès de 2 ou 3 répondants pour confirmer la bonne élaboration

## RÉSOLVRE LES PROBLÈMES QUI PEUVENT SE POSER LORS DE LA COLLECTE

La démarche de collecte peut se heurter à des situations particulières pour lesquelles il est important d'apporter des ajustements :

Situations	Réponse potentielle
<b>La mobilisation n'est pas à la hauteur des attentes : les personnes ne répondent pas ou ne participent pas suffisamment</b>	La communication générale sur la démarche est importante et tous les outils peuvent servir : page explicative sur le site, newsletter dédiée, article dans la revue de l'association ou dans la presse quotidienne régionale, flyers, petite vidéo ou encore un bandeau intégré dans les signatures mails... L'échange direct est également très important. Cela peut impliquer de se rendre dans les lieux où sont les personnes que l'on souhaite cibler, organiser des moments conviviaux pour discuter de la démarche, rappeler les enjeux et les objectifs pour que chacun se sente davantage concerné.
<b>Les participants ont un profil qui ne correspond pas complètement aux profils visés par l'enquête</b>	Si les profils des répondants sont limités par rapport au champ de votre enquête, il est possible de se rapprocher de personnes relais qui peuvent aider à la diffusion de l'enquête. Pouvoir bien communiquer les enjeux et les objectifs de la démarche auprès de ces personnes relais sera également important, afin qu'ils contribuent pleinement à les orienter.
<b>Les outils construits se révèlent difficilement mobilisables ou faiblement adaptés</b>	Il faut pouvoir être attentifs à tous les signaux de difficultés afin d'en comprendre la raison pour pouvoir ajuster la stratégie de collecte le cas échéant. Une difficulté liée à l'accessibilité numérique peut être surmontée en s'appuyant sur des supports papiers. La difficulté à dégager du temps pour contribuer à la collecte doit quant à elle pouvoir être discutée avec les responsables de proximité, afin de trouver des cadres de participation adaptés.

## CONDUIRE EN ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF

### QUAND MOBILISER DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS ?

Le recours à des entretiens semi-directifs est essentiel dans une démarche de mesure d'impact social. Il permet d'illustrer, d'incarner des situations, de les compléter pour améliorer leur compréhension. Ces entretiens permettent d'apprécier de recueillir des représentations, des avis ou encore des sentiments.

Les entretiens semi-directifs permettent notamment d'obtenir des informations telles que :

- comment la personne a vécu une situation,
- en quoi la situation a évolué selon la personne,
- pourquoi l'action a eu une portée importante ou limitée,
- les exemples ou cas concrets qui illustrent un sentiment.

Il est possible de réaliser des entretiens semi-directifs en amont d'une démarche de mesure d'impact social pour explorer des hypothèses qui seront testées lors d'une enquête quantitative (type questionnaire) ; ou en aval d'une enquête quantitative pour expliquer des résultats et approfondir des hypothèses.

### QUEL VOLUME D'ENTRETIENS FAUT-IL PRÉVOIR ?

Pour les entretiens semi-directifs, il n'y a pas d'enjeu de taille d'échantillon. Il s'agit d'une approche qualitative, qui n'a pas vocation à s'étendre à toute la population. Néanmoins, afin de disposer de données suffisantes, il peut être pertinent de réaliser entre 5 et 15 entretiens par cibles (personnes accompagnées, professionnels, proches, partenaires par exemple).



### Astuce

Pour une approche qualitative, il est intéressant de rechercher une diversité de situations des répondants plutôt qu'une représentativité. Cela permet d'explorer des contextes différents, des appréhensions différentes. Il faut garder à l'esprit que l'on cherche à comprendre, à illustrer, pas à faire d'une expérience singulière une règle.

## LA PRÉPARATION DE L'ENTRETIEN

Il est essentiel de s'appuyer sur le référentiel pour ne pas s'écarter de la finalité de l'entretien. Il permet ainsi de se rappeler à qui on souhaite s'adresser, pour obtenir quelles informations ou précisions et en quoi cela sert notre démarche.

À partir de ces éléments, il convient de formaliser sa trame d'entretien autour du cadre de l'entretien permettant d'échanger en confiance. La finalité, la durée, la démarche globale sont à rappeler en début d'entretien.

## LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN

La posture des enquêteurs est clé dans la conduite des entretiens. Il s'agit de créer un cadre de confiance, de faire preuve d'empathie, de s'intéresser à l'autre pour comprendre ses propos, de pouvoir faire preuve de distance en acceptant ce qu'elle dit et en facilitant son expression.

Deux leviers principaux sont à mobiliser lors de la conduite d'un entretien :

- poser la consigne et recadrer sur le sujet, quand l'interviewé s'en éloigne
- relancer et approfondir, pour aller plus loin, être sûr de comprendre, aller au cœur du sujet.

Si la trame d'entretien est un outil essentiel, il faut également savoir s'en détacher pour s'assurer que la personne interviewée n'est pas trop fatiguée ou gênée par les questions. Cela nécessite de s'adapter à chaque personne et savoir identifier quand la question est trop sensible.



### Astuce

- Disposer d'un endroit au calme et qui assure la neutralité des échanges.
- Adapter la durée aux personnes interviewées : un entretien de 30 à 45 minutes peut être suffisant.
- S'il n'est pas possible d'enregistrer l'entretien, il peut être utile d'être deux : pour assurer les échanges et la prise de notes.



### Retours d'expériences

« Les personnes ont participé de manière très facile aux enquêtes, qui leur a permis aussi de se rendre compte de leurs contributions dans l'association (même inconsciente, non verbalisée). Il est réellement possible de recueillir la parole des personnes accompagnées ». Une professionnelle

## RETRANSCRIRE LES RÉPONSES

La situation idéale consistant à enregistrer les entretiens, les retranscrire en intégralité et les encoder est difficilement possible. Il est cependant possible de travailler sur un format plus léger offrant un niveau d'analyse intéressant.

Pour cela, la création d'un tableau à double-entrée avec les thématiques évoquées en colonne et les personnes interviewées en ligne permet facilement de croiser les contributions par thématique. L'utilisation de codes couleurs pour ce qui relève d'avis positifs, réservés ou négatifs permet visuellement de se repérer facilement.

Le recours à des citations des personnes interrogées permet par ailleurs de donner du corps à l'analyse et d'enrichir des éléments observés par d'autres sources de données (enquête quantitative par exemple). Ces citations doivent être anonymisées, sauf à disposer de l'accord de leur auteur.

Dans l'idéal, enregistrer l'entretien (avec l'autorisation de la personne) permet de se concentrer sur les échanges, en conservant une prise de note légère. La retranscription des informations peut cependant être longue (on compte généralement 6h de retranscription pour 1h d'entretien !).

## METTRE EN PLACE ET ANIMER UN FOCUS GROUP

### QUAND METTRE EN PLACE UN FOCUS GROUP ?

L'organisation de focus groups permet de collecter un ensemble d'informations qualitatives utiles pour analyser des situations complexes, pour obtenir des informations plus détaillées et plus nuancées. Ils sont très utiles pour mettre en perspective des situations difficiles à explorer à l'écrit.

Les focus groups permettent notamment d'obtenir des informations telles :

- ce qui compte le plus pour les personnes, ce qui les motive le plus,
- comment elles effectuent des choix, des décisions,
- ce qu'elles apprécient (ou n'apprécient pas) plus particulièrement sur un service, un produit, une situation,
- des nuances de position, quant à des situations données.

Positionnés après une enquête, les focus groups vont permettre de venir explorer des résultats étonnants ou singuliers, les mettre en perspective et les nuancer ou encore traiter de sujets qui ne pouvaient pas l'être dans le cadre d'une enquête.

### COMBIEN DE PARTICIPANTS FAUT-IL PRÉVOIR POUR LES FOCUS GROUPS ?

Pour chaque focus group, il faut compter entre 6 et 10 participants maximum. Cela permet de conduire une dynamique de groupe et de laisser le temps à chacun de s'exprimer. Il est important de proposer un groupe par « public » : on évitera les focus groups qui mobilisent en même temps personnes accompagnées, professionnels et proches. Un groupe dédié aux personnes accompagnées, un groupe dédié aux professionnels et un groupe dédié aux proches offriront des informations plus approfondies



#### Astuce

Il n'est pas nécessaire de réaliser un grand nombre de focus groups pour obtenir des informations intéressantes. Trois à quatre peuvent suffire. Le nombre dépend cependant de la diversité des publics à mobiliser.

### COMMENT PRÉPARER UN FOCUS GROUP ?

Le focus group doit permettre de cibler les échanges sur un sujet précis. Dans le cadre d'une mesure d'impact social, le sujet pourrait être « le bien-être au sein de l'établissement », « la participation à la vie de la Cité » ou « l'émancipation des personnes accompagnées ».

À partir de la définition du sujet, il convient de formaliser une suite de questions, permettant de traiter les différents angles d'attaque retenus sur le sujet. Il est conseillé de privilégier :

- des questions courtes, et facile à comprendre,
- des questions ouvertes et posées de manière neutre.



#### Astuce

La mobilisation des professionnels dans la récolte des données est un levier très riche pour induire d'autres relations aux personnes accompagnées. Il convient néanmoins d'être vigilant dans la posture adoptée afin de ne pas induire des réponses chez la personne interrogée. Pour cela, la sensibilisation des collecteurs en amont de la collecte, soit par leur participation aux groupes de travail soit par l'organisation d'un temps dédié au moment du lancement de la collecte peut être utile.

### L'ANIMATION DU FOCUS GROUP

La posture de facilitation de l'animateur est l'un des principaux facteurs de réussite de la démarche. Elle doit permettre aux participants de se sentir à l'aise, de respecter les consignes et les autres participants, de s'assurer qu'une personne ne monopolise pas la parole, et de passer à une autre question quand la situation le nécessite. Il s'agit ainsi de rester neutre, s'intéresser à ce qui est dit, faire preuve de bienveillance.



#### Astuce

- Disposer d'un endroit au calme, un lieu neutre, comme le siège de l'association a été apprécié
- Mettre les chaises en rond permet à tout le monde de se voir et de se mettre tous au même niveau
- Adapter la durée aux personnes interviewées : un focus group d'environ 60 minutes peut être suffisant (il ne faut pas excéder 90 minutes).
- Enregistrer le focus group, avec l'autorisation des participants. Si ce n'est pas possible, être deux est indispensable. Une personne animera le groupe et la seconde prendra les notes, sur le contenu mais aussi idéalement sur la forme (personne enthousiaste, qui évite la question, qui se referme sur elle-même par exemple).

### QUELS OUTILS MOBILISER ?

L'enregistrement audio (à partir d'un téléphone ou d'un dictaphone) permet de conserver l'ensemble des contributions. La retranscription des informations peut cependant être longue (on compte généralement 6h de retranscription pour 1h d'entretien !). Dans le cadre d'une démarche d'évaluation d'impact social sans engagement scientifique, la transcription intégrale n'est pas obligatoire : il est possible de formaliser les apprentissages directement dans son cadre d'analyse.



### Retours d'expériences

« Nous trouvons que les focus groups sont des outils très utiles auprès des personnes accompagnées. Ils permettent d'échanger sur des sujets fins, avec des retours et des précisions bien plus riches que les enquêtes par questionnaire. Mobiliser 6 personnes accompagnées et 2 professionnels en position d'observateur qui vont rassurer par leur présence est un format qui a montré de bons résultats auprès de personnes en foyers de vie, travaillant dans un ESAT ou résidant en FAM. » [Ellyx](#)

## FORMALISER LES APPRENTISSAGES

Un rapport d'analyse devra être produit après le focus group en intégrant :

- Le sujet principal et la liste de question posées,
- Les principales informations que vous avez recueillies : les faits marquants, les points de consensus, les points de débats, les problèmes soulignés,
- Les retours qui vous semblent étonnants ou singuliers : les opinions minoritaires exprimées sur un sujet, les remarques originales ou les sujets qui ont fait l'objet d'un débat, d'avis contradictoires
- Les citations qui vous semblent bien illustrer un ensemble de propos et qui mettent en lumière des faits significatifs.



### Astuce

L'enregistrement audio est un vrai plus pour traiter les informations après la phase d'animation.

# PARTIE 4

## LES RETOURS D'EXPÉRIENCES

La structuration de ce guide s'appuie sur une expérimentation construite par l'Unapei, avec le soutien du Fonds Social Européen. Cette démarche a mobilisé 3 Unapei Régions et plus d'une vingtaine d'associations du Réseau.

Les retours d'expériences qui vous sont détaillés dans cette partie illustrent à leur façon la méthodologie présentée dans les précédentes parties et mettent en lumière les spécificités et les apprentissages issus de chacun des trois territoires : l'Auvergne Rhône-Alpes ; la Bretagne et les Pays de la Loire.

Chaque Unapei Région était libre de définir les sujets, les questions évaluatives et les méthodes qu'elles souhaitaient ; eu égard à ses enjeux et ses priorités.

Ces trois expériences témoignent de la diversité des sujets et approches qui peuvent être abordés dans le cadre d'une mesure d'impact social, et par leur présentation à nourrir vos réflexions avant de vous lancer dans ce type de démarche.

 Une démarche sur 18 mois impactée par la crise sanitaire



# Retours d'expériences Bretagne

6 associations impliquées + 1.100 contributions

En Bretagne, le collectif a choisi de mener l'étude sur les ESAT et les associations tutélares, en s'intéressant au rôle des associations dans l'amélioration de l'autonomie et de la qualité de vie des personnes qu'elles accompagnent pour expérimenter la démarche de mesure d'impact social.

## Étape 1 : Cadrer la démarche

Le lancement de la démarche s'est opéré sur la base du volontariat, ouvert à toutes les structures de la Région souhaitant s'investir. En Bretagne, cela concerne les associations parentales ainsi que les associations tutélares. Des enjeux variés, aussi bien internes qu'externes, ont ainsi pu émerger. Le cadrage a nécessité de prioriser des sujets, avec l'idée de pouvoir capitaliser sur les enseignements de cette première démarche et la poursuivre en explorant par la suite les autres cibles envisagées telles que les professionnels au sein des associations de la région.

L'équipe de coordination régionale a piloté l'ensemble de étapes. A commencer par celle du cadrage mené avec le Copil, composé des présidents et membres des équipes de direction des associations volontaires pour s'impliquer dans l'expérimentation.

Un groupe de travail composé de professionnels des associations participantes (chargés de projet, de mission qualité, chefs de service, directeurs d'établissement,...) a investi les différentes étapes opérationnelles.

## Étape 2 – Formuler une question évaluative

Cette question a permis de se saisir du thème de l'autonomie, et de la capacité des associations à accompagner l'inclusion des personnes accompagnées, tout en la corrélant avec l'objectif premier d'amélioration de la qualité de vie des personnes. La question évaluative retenue implique de pouvoir rendre compte des multiples dimensions (le bien être émotionnel, les relations interpersonnelles qui contribuent à construire la qualité de vie de chacun, en lien également avec les préférences et les inclinations individuelles).

*Dans quelle mesure les actions de nos associations (ESAT et associations tutélares) aident elles les personnes accompagnées à renforcer leur autonomie et à améliorer leur qualité de vie ?*

## Étape 3 – Préciser les hypothèses

Deux groupes de travail ont été constitués, l'un s'occupant de la mesure d'impact social ciblant les travailleurs en ESAT, l'autre s'occupant de la mesure d'impact social ciblant les personnes accompagnées par une association tutélaire.

### Pour les travailleurs en ESAT, nos actions :

- #1 permettent l'autodétermination et renforcent le pouvoir d'agir
- #2 permettent la reconnaissance des expertises des personnes en situation de handicap
- #3 renforcent l'accès à la citoyenneté, aux droits et à la vie locale

### Pour les personnes accompagnées par une association tutélaire, nos actions :

- #1 permettent d'améliorer la situation financière et matérielle des personnes et l'accès aux droits sociaux
- #2 permettent d'améliorer le sentiment de sécurité des personnes et l'insertion sociale
- #3 permettent d'améliorer la prise en compte de l'avis des personnes et le sentiment de reconnaissance

## LES HYPOTHÈSES

## Étape 4 – Formaliser la méthodologie

Un référentiel a été construit pour chaque groupe, sur la base de ces 3 hypothèses. Ces hypothèses ont été déclinées en sous-effet puis en indicateurs, permettant de formaliser 50 indicateurs pour les travailleurs en ESAT et 30 indicateurs pour les personnes accompagnées par une association tutélaire.

Le fait d'interroger les personnes concernées a été central dans la démarche. Cette volonté de recueillir la parole des personnes accompagnées constitue également un défi méthodologique. Afin de le relever, leur regard a été croisé avec la perception des parents et proches et des clients, ainsi qu'avec les données de suivi collectées par les établissements, afin de consolider les résultats.

## Étape 5 – Collecter les informations

Concernant les ESAT, la collecte des informations a fortement mobilisé les professionnels de terrain. Ils se sont en effet chargés d'expliquer l'objet de l'étude aux travailleurs, de faire passer les questionnaires aux volontaires (avec aide ou non pour le remplissage en fonction des capacités des personnes) puis de les retranscrire en ligne (pour les travailleurs qui ont opté pour un remplissage sur papier plutôt qu'en ligne).

Le questionnaire en direction des clients et des parents a quant-à-lui été envoyé par mail ; et la diffusion de celui à destination des familles s'est appuyée sur les établissements (malgré un contexte sanitaire limitant les interactions).

Concernant les associations tutélares, des étudiants se destinant à travailler avec le public interrogé ont pu être mobilisés et ont procédé, sous supervision, à la passation des questionnaires en direction des personnes accompagnées par téléphone. Ce choix méthodologique ne permet néanmoins d'échanger qu'avec les personnes en capacité de parler au téléphone.

## Étape 6 – Analyser les données

Un premier partage de données a été organisé en amont de l'analyse, une fois les bases de données nettoyées, de façon à permettre un premier échange avec les groupes de travail. Cela a permis d'impulser une analyse collaborative des données récoltées. Le travail d'analyse a ensuite été mené par Ellyx, le cabinet qui a accompagné la démarche sur le territoire, enrichi des premiers retours qui ont ainsi pu s'opérer.

## Étape 7 – Valoriser les résultats

Une valorisation organisée en plusieurs temps :

- 1<sup>ère</sup> étape de restitutions en interne
- 2<sup>e</sup> étape par l'organisation de séminaires régionaux en présentiel avec l'appui de capsules vidéos et d'une plaquette synthétique pour rendre accessibles les résultats
- 3<sup>e</sup> étape de création de dépliant plaidoyer à destination des financeurs et partenaires pour aller à leur rencontre.



Les outils mobilisés pour favoriser la prise de parole des personnes concernées : questionnaire en direction des personnes concernées, traduit en FALC, trames d'entretiens semi-directifs en direction des travailleurs en ESAT, questionnaire en direction des familles, questionnaire en direction des clients, report de données par établissement, report de données par professionnel accompagnant.

« C'était intéressant d'échanger avec les personnes au-delà du cadre d'action quotidien, sur des questions plus large que celles que nous leur posons d'habitude. Cela nous a permis un autre rapport avec les personnes. » Une professionnelle

## ENSEIGNEMENTS TERRITORIAUX

### Ce qui a aidé la démarche

- La mobilisation importante des professionnels et des personnes accompagnées dans la collecte de données malgré le contexte sanitaire
- Un intérêt des gouvernances des associations impliquées
- L'organisation de séances d'analyse collective pour permettre aux professionnels de réagir et d'éclairer leurs propres pratiques et plans d'action
- Un engagement de qualité à donner la parole aux personnes accompagnées.

### Ce qui mériterait d'être amélioré

- Adopter un calendrier plus resserré
- Donner à voir plus clairement l'ensemble de la démarche avant de la démarrer
- Prévoir des livrables synthétiques dès le démarrage
- Sensibiliser et mobiliser davantage en amont les acteurs qui feront la collecte.





# Retours d'expériences Pays de la Loire

6 associations + 1.300 contributions impliquées

En Pays de la Loire, le collectif a choisi de travailler sur les associations parentales dans leur ensemble pour expérimenter la démarche de mesure d'impact social.

## Étape 1 : Cadrer la démarche

Le cadrage de la démarche a été réalisé par le comité de pilotage régional en s'appuyant sur les échanges déjà conduits avec les membres régionaux. Il a permis de mettre en exergue la volonté de rendre compte, aux financeurs d'une part et aux familles d'autre part, de la plus-value apportée par les associations dans leur ensemble.

## Étape 2 – Formuler une question évaluative

Sur ce territoire, le collectif a fait le choix d'une question évaluative volontairement large pour apprécier l'effet des associations sur les personnes accompagnées et leurs proches, à travers une grande diversité de facettes :

*Dans quelle mesure les associations parentales du Réseau Unapei ont-elles permis aux personnes accompagnées et aux familles de mieux vivre leur situation singulière ?*

**« C'est une étape importante avec de vrais ++enjeux d'appropriation et de concertation sur les sujets et publics à cibler. Au final, la question retenue a permis de concerner à la fois les personnes accompagnées et les familles. »** *Un directeur*

## Étape 3 – Préciser les hypothèses

Un important travail d'exploration a été conduit en mobilisant l'ensemble du groupe de travail. À partir des différentes contributions, l'équipe de coordination a ordonné les idées, les a classées par parties prenantes et a ainsi pu les hiérarchiser. 10 hypothèses clés ont été retenues par le COPIL, 5 pour les familles et proches et 5 pour les personnes accompagnées.

## LES HYPOTHÈSES

### Les familles et proches aidants :

- #1 Les familles ont accès à l'information et aux droits
- #2 Les familles se sentent écoutées en tant que parents
- #3 Les familles trouvent un meilleur équilibre vie parent – vie personnelle – vie professionnelle
- #4 Les familles se sentent appartenir à une communauté locale et sociale
- #5 Le lien social est renforcé

### Les personnes accompagnées :

- #1 Les personnes bénéficient d'un accompagnement adapté
- #2 Les personnes sont accompagnées pour effectuer des choix d'activité
- #3 Les personnes ont accès aux droits, à la santé, aux loisirs...
- #4 Les personnes ont des liens sociaux renforcés
- #5 Les associations favorisent l'autoreprésentation

## Étape 4 – Formaliser la méthodologie

Le groupe de travail a formalisé un référentiel identifiant pour chaque hypothèse des sous-effets, puis les indicateurs adaptés. En s'interrogeant sur la source de données la plus accessible, il a été possible de structurer la méthodologie avec pour chaque hypothèse d'impact les indicateurs adaptés, la source de données et le mode de collecte.

À partir de cela, la construction des outils a pu se faire sans oublier d'éléments clés pour la démarche : création de questionnaires pour les personnes accompagnées (traduit en FALC) et pour les familles ; création de trames d'entretiens semi-directifs à destination des personnes accompagnées et des familles.

## Étape 5 – Collecter les informations

Pour mobiliser le plus de personnes possibles sur les 3 mois de collecte de données, il a fallu diversifier les canaux d'information : « j'ai mis les questionnaires en ligne, nous avons fait un courrier aux familles, j'ai réalisé des relances à travers les établissements, même appelé certaines familles en direct » témoigne une professionnelle. Grâce à ces efforts, plus de 1300 contributions ont été collectées, sous forme de questionnaire ou d'entretiens.

## Étape 6 – Analyser les données

Le travail d'analyse de l'ensemble des données a été effectué par Ellyx, le cabinet qui a accompagné la démarche sur le territoire. Celui-ci a été permis par une extraction des données, un nettoyage de la base recueillie et un traitement permettant de recouper les données issues des questionnaires et les celles plus qualitatives collectées via les entretiens semi-directifs.

## Étape 7 – Valoriser les résultats

Dans un premier temps, chaque association a pu valoriser les données régionales et rendre compte des résultats en interne. Un événement régional initialement programmé au quatrième trimestre 2021 a dû être reporté en raison du contexte sanitaire.

## ENSEIGNEMENTS TERRITORIAUX

### Ce qui a aidé la démarche :

- Une mobilisation des associations assurée dès la phase amont,
- Le partage du sens de la démarche,
- Un calendrier précis de la phase de collecte de données,
- Une implication forte des équipes.

### Ce qui mériterait d'être amélioré

- Renforcer la place donnée aux personnes accompagnées,
- Anticiper les moyens à allouer à la démarche pour chaque association,
- Partager les données brutes avec les équipes pour enrichir les analyses,
- Prévoir des livrables synthétiques dès le démarrage.

**« Il y a un enjeu fort à disposer d'un calendrier clair présentant chacune des étapes, leurs enjeux, leur démarrage et leur fin. »**

*Une professionnelle*

**« Les personnes ont participé de manière très facile aux enquêtes. Ces entretiens ont contribué à recueillir leur parole et de valoriser leurs contributions dans l'association (même inconsciente ou non verbalisée) ».**

*Une professionnelle*

**« Il est important de valoriser et communiquer les éléments issus des analyses ainsi que transformer, la communication et transformer les apprentissages en plan d'actions. L'objectif est bien notamment de valoriser notre utilité sociale auprès des décideurs et des financeurs ».**

*Un administrateur*



# Retours d'expériences Auvergne Rhône-Alpes

6 associations + 250 contributions  
impliquées

En Auvergne Rhône-Alpes, le collectif a choisi le sujet de l'IME et de son rôle dans les parcours inclusifs, pour expérimenter la démarche de mesure de l'impact social.

## Étape 1 : Cadrer la démarche

La thématique correspond à un contexte actuel où « l'inclusion » semble s'accélérer et où les injonctions sur l'entrée à l'école des enfants en situation de handicap se font plus présentes. Elle recoupe 3 éléments des orientations stratégiques régionales : l'enfance, l'inclusion et la pédagogie/les apprentissages. L'objectif était donc de pouvoir élaborer un argumentaire pour pouvoir dialoguer de manière plus efficace avec les pouvoirs publics autour du sujet de l'école inclusive.

**« Les objectifs stratégiques et politiques doivent être explicités fortement aux acteurs de terrain pour qu'ils en perçoivent l'intérêt dans leur réalité quotidienne ».**

*Une professionnelle*

## Étape 2 – Formuler une question évaluative

1<sup>ère</sup> formulation :

**« Dans quelle mesure la solution IME dans le réseau parental Unapei a changé/amélioré la vie des (nouveaux) parents ? »**

2<sup>ème</sup> formulation :

**« Dans quelle mesure la solution IME dans le réseau parental Unapei peut-elle être un levier de facilitation et d'accompagnement vers l'école inclusive ? »**

La formulation retenue permettait de sonder en quoi l'IME ne s'opposait pas à l'école inclusive, mais également en quoi l'IME est une solution d'expertise à part entière.

## Étape 3 – Préciser les hypothèses

- L'IME améliore la vie quotidienne des familles
- L'IME facilite l'épanouissement et la socialisation
- L'IME propose une pédagogie et des rythmes adaptés
- L'IME offre des expertises et savoir-faire spécifiques

**« C'est une étape technique, pas évidente à s'approprier. Le rôle de la coordination régionale et du prestataire a été central pour appréhender le chemin logique ».**

*Une administratrice*

## Étape 4 – Formaliser la méthodologie

Les hypothèses d'impacts ont été détaillées en 13 sous-impacts, qui ont conduit à la construction d'un peu plus de soixante indicateurs. Le choix des indicateurs s'est réalisé dans un objectif de volumétrie équilibrée entre les hypothèses, aucun a priori n'existant sur l'importance d'une dimension par rapport à une autre. Le questionnaire a été élaboré sur le fond (formulations/sémantique) comme sur la forme (déroulé, cheminement logique) par le groupe de travail.

## Étape 5 – Collecter les informations

Afin d'éclairer les hypothèses, un questionnaire a été élaboré par le groupe de travail et testé auprès de familles. Une diffusion uniquement en ligne du questionnaire a été privilégiée compte tenu notamment du contexte de crise sanitaire. La diffusion a été réalisée auprès des présidents/directeurs généraux vers les directeurs d'IME puis des directeurs vers les familles, les bases de contact étant au sein des établissements (afin de respecter la RGPD).

Pour compléter la démarche et nourrir les analyses, quatre autres modes de collecte avaient été jugés pertinents. Il s'agissait d'entretiens semi-directifs avec des familles ; d'un questionnaire pour les professionnels travaillant dans les IME ; d'entretiens auprès des professionnels ; et d'entretiens avec des professeurs des écoles.

Ce croisement des regards était attendu pour apporter les éclairages nécessaires à la complexité du sujet et à la diversité des situations. Le contexte de la crise sanitaire et de l'expérimentation n'aura cependant pas permis de mobiliser ces autres sources de données au regard du calendrier de l'expérimentation.

## Étape 6 – Analyser les données

Un premier partage avec des statistiques descriptives a été opéré dès la fin de la collecte pour une lecture globale des résultats (profil de répondants, grandes tendances...). Par la suite, l'analyse a été réalisée dans son intégralité par le prestataire. Plusieurs versions intermédiaires du rapport ont permis une relecture plurielle tant sur le fond que sur la forme.

**« Il faut penser assez tôt les formats divers et adaptés aux différents publics pour s'assurer d'une bonne diffusion en local ».**

*Une professionnelle*

## Étape 7 – Valoriser les résultats

Une première version synthétique de l'étude a été présentée au Conseil d'Administration régional sur la base des points clés ayant retenu l'attention de l'équipe pilote. L'Unapei Région prévoit à court terme de construire un outil de valorisation des résultats sur un format d'un clip vidéo à l'attention du grand public.

En parallèle, dans la continuité de l'expérimentation, la région souhaite poursuivre la capitalisation des enseignements méthodologiques et l'approfondissement du sujet de la scolarisation.

### ENSEIGNEMENTS TERRITORIAUX

#### Ce qui a aidé la démarche :

- Un portage fort de la présidence
- Une question évaluative stratégique et politique répondant au contexte
- Un cadre expérimental bien appréhendé (logique d'apprentissage)
- Un coordinateur impliqué et familier avec les méthodologies d'enquête

#### Ce qui mériterait d'être amélioré :

- Renforcer la place des établissements et de professionnels concernés
- Renforcer la communication et la pédagogie en amont
- Anticiper le circuit de collecte compte tenu du périmètre étudié

# REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier chaleureusement l'ensemble des acteurs qui ont contribué à la réalisation de ce guide méthodologique.

Merci au Fonds Social Européen et à l'Avisé pour nous avoir fait confiance pour mener à bien cette expérimentation qui nous a permis de proposer une boîte à outils ancrée sur les réalités de notre réseau.

Merci aux Unapei Bretagne, Pays de la Loire et Auvergne Rhône-Alpes qui ont relevé le challenge de l'expérimentation et de la capitalisation en menant des mesures d'impact social sur des questions évaluatives majeures pour notre réseau.

Merci à l'ensemble des administrateurs, professionnels et personnes accompagnées qui ont contribué à la construction de la démarche en région au sein des Comités de pilotage, groupes de travail, organisations des collectes de données, au testing des outils et l'ensemble des conseils apportés.

Merci à toutes celles et ceux qui ont contribué à la réussite de cette expérimentation en nourrissant les données.

Merci à l'Agence Ellyx pour son accompagnement de la démarche nationale et des expérimentations régionales, connaissance des enjeux de notre secteur et pédagogie.

Merci à toutes celles et ceux de l'écosystème interne et externe pour vos précieux conseils, appuis et partages d'expérience.

Et merci pour les futures mesures d'impact social qui viendront nourrir en continu notre réflexion au service de l'utilité sociale.

# Besoin d'informations ?

**impactsocial@unapei.org**

**unapei.org**



Ce guide méthodologique a été co-construit dans le cadre de l'Appel à Projet FSE « *Concevoir, expérimenter et diffuser des outils et des démarches d'impact social* »



Ce projet est cofinancé par le Fonds social européen (FSE) et soutenu par l'Avise en tant qu'organisme intermédiaire du FSE dans le cadre du programme opérationnel national « Emploi et inclusion » 2014-2020