



|   |
|---|
| <b>Titre : L'évaluation d'impact des tiers-lieux</b>                              |
| Nom de l'intervenante n° 1 : Anne-Cécile DENIS - Structure : LES PETITES RIVIERES |
| Nom de l'intervenant n° 2 : Gautier RAGUENAUD - Structure : BLIIDA                |

### **Introduction :**

Mesurer l'impact de son tiers-lieu est à la fois un objectif et un casse-tête ! Comment ne pas simplement répondre à une injonction des partenaires financiers ? Comment s'emparer de cet outil pour faire un pas de côté, regarder lucidement ses effets positifs et négatifs, réorienter ses actions ?

Est-ce que je peux mener ma mesure d'impact seul ? Quel budget dédié à ce sujet ?

Sous la forme d'un « vrai ou faux », l'atelier visait à casser les idées reçues et rappeler quelques éléments de bon sens afin de rassurer les tiers-lieux qui souhaitent se lancer dans la démarche.

### **Idée reçue #1 : Mesurer des changements sociaux, c'est impossible !**

C'est difficile mais c'est faisable !

On associe souvent qualitatif et subjectif, or il est possible de mesurer un changement qualitatif via un questionnement rigoureux, quasi scientifique. Tout dépend de la méthode utilisée !

Prenons par exemple l'évolution d'une perception de bien-être, d'un sentiment de sécurité ou encore d'un sentiment d'appartenance à une communauté... il est possible de la mesurer à condition de poser la question aux bénéficiaires concernés en évitant tout biais, en constituant un échantillon représentatif, et en prenant une temporalité d'analyse suffisante.

### **Idée reçue #2 : La mesure d'impact c'est uniquement pour faire plaisir aux financeurs !**

C'est ce que nous appelons dans nos formations la différence entre le "prove" et le "improve".

Pour être efficace et bien vécue par les équipes, il nous semble que la mesure d'impact doit être avant tout réalisée *pour soi-même*. Elle doit permettre de prouver des effets pressentis et donc de réorienter la stratégie (voire le projet associatif) si on constate que ce qu'on cherche à faire ne se confirme pas dans les faits.

Pour autant, il est vrai que c'est un excellent outil de dialogue avec les financeurs, dans la mesure où les financeurs aiment souvent les chiffres et aussi parce que c'est un bon outil pour mieux faire comprendre son activité (d'autant plus lorsque cette dernière est protéiforme comme c'est le cas pour les tiers-lieux).

**Idée reçue #3 : La mesure d'impact c'est une usine à gaz !**

Il est vrai que certaines mesures d'impact ont pu se transformer en véritables usines à gaz avec des référentiels d'évaluation comprenant des dizaines de parties prenantes, d'effets et d'indicateurs et qui deviennent tout-à-fait impossibles à suivre dans la durée.

Pour notre part, nous recommandons d'identifier 3 parties prenantes maximum et, pour chaque partie prenante, 3 à 5 effets principaux.

Cela garantit de la lisibilité et de la pérennité, à l'inverse d'une évaluation qui ne peut être faite qu'une fois en format « photographie » parce que très lourde.

**Idée reçue #4 : La mesure d'impact, ça ne sert qu'à dire le positif !**

Il est vrai qu'on fait souvent une mesure de son impact pour valoriser celui-ci auprès de ses parties prenantes internes et externes. Et que l'on va donc le plus souvent essayer de prouver des effets positifs pressentis.

Pour autant, certains effets peuvent être *moins prouvés* que d'autres et constituent en cela des axes d'amélioration.

De plus, quand on élabore un questionnaire de mesure d'impact, rien ne nous empêche de laisser des questions ouvertes pour proposer aux personnes consultées d'exprimer des critiques ou points d'amélioration.

**Idée reçue #5 : La mesure d'impact, ça coûte cher !**

Une mesure d'impact nécessite des investissements. Si ce n'est pas toujours de l'argent, c'est a minima du temps (d'une équipe, d'un chef de projet, du dirigeant de la structure...). D'autant que la démarche est aussi importante que le résultat ! Impliquer les parties prenantes internes et externes est essentielle.

Mais c'est une démarche très riche qui permet de mettre l'activité sur pause, de re-définir (ou définir) sa raison d'être. En ce sens, elle va aussi apporter, une fois réalisée, des outils de communication clé-en-main. C'est donc bien souvent un investissement rentable.

D'ailleurs on constate qu'il est parfois plus facile d'aller chercher des financements externes pour une mesure d'impact que pour mettre à jour ses outils de communication (or le premier peut alimenter le second).

Il faut se dire enfin que le périmètre peut être réduit si on a des moyens limités : on n'est pas obligé de *tout* mesurer.

**Idée reçue #6 : La mesure d'impact, c'est uniquement pour les grosses structures !**

Nous accompagnons sur la mesure d'impact aussi bien des grandes structures qui existent depuis très longtemps que des jeunes entrepreneurs qui sont en cours de création de leur activité.

Pour ces derniers, définir les changements que leur activité doit produire chez les bénéficiaires, ou sur la société en général, leur permet de se poser tout de suite les bonnes questions, de clarifier les priorités et donc d'orienter leur business model.

En ce sens, nous voyons la mesure d'impact comme un outil *pour toutes les structures*, quelle que soit leur taille. Simplement, son ambition est à dimensionner en fonction des enjeux et des moyens.

**Idée reçue #7 : La mesure d'impact doit obligatoirement être faite par un évaluateur externe !**

C'est mieux et on se tirerait une balle dans le pied en disant le contraire :)

La démarche demande de la méthode et que l'on s'y consacre complètement pendant quelques semaines - d'où la pertinence d'avoir recours à un externe

On peut aussi amener l'argument de l'objectivité

Pour autant, nous essayons dans la mesure du possible d'autonomiser les structures qu'on accompagne pour qu'elles puissent refaire une MIS plus légère en année 2 - par ex pas sur tout le périmètre, sur 1 PP en particulier.

Ou réfléchir à systématiser certaines remontées d'indicateurs en les incluant dans les process de la structure (ex : inclure systématiquement un questionnaire flash à l'entrée et 1 questionnaire flash à la sortie).

**Ressources clés sur le sujet :**

- [Mode d'emploi de l'Avise « Evaluer son impact social »](#)
- [Commune Mesure, une plateforme de ressources pour évaluer son impact](#)
- [Valor'ESS, une base de données d'indicateurs utile pour mesurer son impact](#)

