SINGA FRANCE EVALUATION D'IMPACT 2017















Périmètre de l'étude et méthodologie

PÉRIMÈTRE

Toutes les antennes de SINGA

France: l'Ile-de-France, les Hauts-de-France, l'Occitanie et l'Auvergne-Rhône-Alpes

L'ensemble des activités

de SINGA France



Passious by SINGA

Mise en relation entre tous les membres de la communauté

Calle by SINGA COMME À LA MAISON

Mise en relation
entre les
nouveaux
arrivants
demandeurs
d'un logement
avec les locaux

Projets by SINGA

Mise en relation
des nouveaux
arrivants avec des
experts
professionnels
locaux

MÉTHODOLOGIE



Les nouveaux arrivants membres de SINGA

Echantillon: N = 137 Marge d'erreur 8.33% Questionnaire auto-administré ou avec l'aide d'un interviewer bénévole



Les locaux membres de SINGA

Echantillon: N = 103 Marge d'erreur 10.08% Questionnaire autoadministré



Les locaux non-membres de SINGA*

Echantillon: N = 51 Marge d'erreur 13.70% Questionnaire autoadministré

*Proches des locaux membres de Singa



Singa - vecteur de lien social

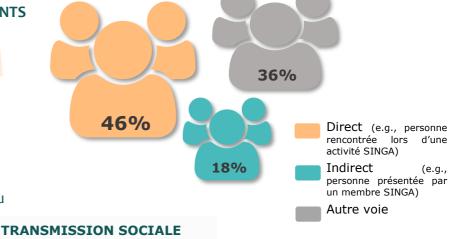


Un réseau social majoritairement construit grâce à SINGA

(64% de manière directe ou

indirecte)

Les nouveaux arrivants chez SINGA obtiennent les cinq types de soutien de leur réseau social construit grâce à SINGA, mais surtout les soutiens informationnel, émotionnel, évaluatif et de compagnonnage*.

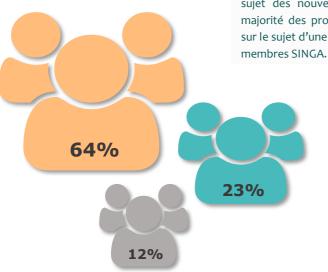


30,0 30% 20% 12,5 12,5 15,0 0% 7,5

*Quelles discussions avez-vous avec la personne qui vous a envoyé ce questionnaire ?

La transmission sociale qu'engendrent les membres de SINGA envers leurs proches a été mesurée via la fréquence de leurs échanges au sujet des nouveaux arrivants. Globalement, la majorité des proches entretient des discussions sur le sujet d'une manière assez régulière avec les membres SINGA

Les citoyens français trouvent chez les nouveaux arrivants dans leur réseau SINGA les cinq types de soutien social, dont le plus important est le **soutien de compagnonnage***.



CHEZ LES LOCAUX SINGA:

Un réseau social majoritairement construit grâce à SINGA

(87% de manière directe ou indirecte)

*DESCRIPTION DES DIFFERENTS TYPES DE SOUTIEN

SOUTIEN INFORMATIONNEL
SOUTIEN DE COMPAGNONNAGE
SOUTIEN EMOTIONNEL
SOUTIEN INSTRUMENTAL
SOUTIEN EVALUATIF

Des conseils, des informations afin d'aider la personne à résoudre un problème La réalisation d'activités de loisirs et de détente entre récepteur et source

L'expression d'empathie, d'estime et d'affection pour la personne

Le comportement d'aide effectif afin d'apporter une aide matérielle/physique à la personne

L'évaluation de la situation qui peut aider la personne, faire un feedback



Les nouveaux arrivants SINGA sont...



... ACTIFS DANS LA VIE ASSOCIATIVE

58% des nouveaux arrivants SINGA
 se considèrent comme des membres actifs de l'association.
 25% exercent une activité associative en dehors de SINGA, soit autant que pour la population

Source : enquête « Vie associative » 2002, Insee. Note : cette enquête porte sur l'activité bénévole en général

française.

« J'aime la danse et j'avais envie de partager avec les autres ma passion »

« Pour être vivant socialement »

« Comme j'ai été bénéficiaire, j'ai eu envie de participer aussi. Egalement pour rencontrer des personnes et apporter mon aide.»

... PROMOTEURS D'ECHANGE CULTUREL

Plus le nombre de nouveaux arrivants dans le réseau social des locaux augmente, plus les connaissances des locaux sur la France augmentent.



Connaissances sur la France,

mesure composée de 5 items :

- En cuisine française
- En art (musique, danse, etc.) français
- Sur l'histoire de France
- Sur les codes socioculturels français
- Sur le monde professionnel en France (culture d'entreprise, etc.)

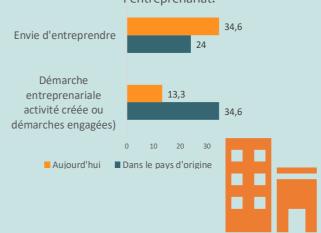
... APPORTEURS DE COMPETENCES

39% des locaux estiment que les nouveaux arrivants qu'ils rencontrent ont des compétences inédites en France.



... CREATEURS D'ACTIVITES

Malgré une proportion plus faible des nouveaux arrivants entrepreneurs en France par rapport à celle dans leur pays d'origine, les nouveaux arrivants sont nombreux à envisager l'entreprenariat.





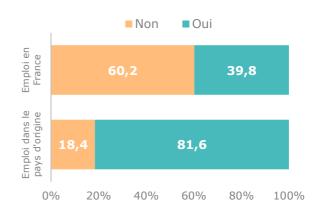
Une insertion professionnelle difficile

Pour une majorité de nouveaux arrivants, trouver un emploi constitue un problème majeur.

Une majorité significative des nouveaux arrivants exerçait une activité professionnelle dans leur pays d'origine, tandis qu'en France la majorité est sans emploi.

89% ont effectué des démarches de recherche d'emploi :

- Répondre à des petites annonces/offres d'emploi
- Envoyer des candidatures spontanées
- Demander à des personnes de l'entourage si elles connaissent des offres
- S'inscrire à Pôle Emploi
- S'inscrire à l'APEC
- S'inscrire dans une agence d'intérim



- *Dans votre pays d'origine, vous exerciez une activité professionnelle
- *Aujourd'hui, vous exercez une activité professionnelle

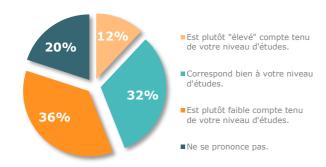


Pour chacune des démarches engagées,

50% des nouveaux arrivants ont reçu de l'aide de la part de membres de leur réseau social.

Dans le cadre de leur recherche d'emploi, les nouveaux arrivants s'exposent à de nombreuses difficultés.

Bien que Singa ait aidé à surmonter 20% des difficultés rencontrées par les nouveaux arrivants, près de la moitié de ces difficultés n'ont pas diminué.



Une **majorité** significative de nouveaux arrivants rencontrent comme difficultés :

- La maîtrise de la langue
- Le manque de cours de français
- Le manque d'expérience professionnelle en France/manque de référence
 - Les responsabilités familiales
- La compréhension des codes socio-normatifs français

Le déclassement scolaire et professionnel est une problématique fréquemment observée chez les nouveaux arrivants. Ainsi, 36% ont un sentiment de déclassement scolaire et 36% ont un sentiment de déclassement professionnel.



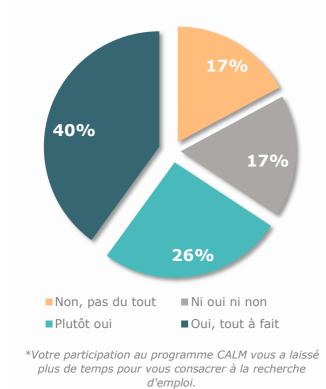
Impacts du programme CALM

L'estimation s'est basée sur la comparaison des deux groupes de nouveaux arrivants, les participants à CALM et les non participants, lors de deux périodes : l'année précédent CALM et celle post-CALM. Alors que lors de l'année précédent CALM, il n'y a pas de différence entre les deux groupes, les analyses montrent une différence tendancielle entre la situation logement et le suivi du programme CALM l'année post-CALM. Les participants se retrouvent moins en hébergement d'urgence/logement d'insertion/logement intermédiaire l'année suivant CALM que les non participants au programme.

Les coûts évités estimés s'élèvent à 8.80 euros/jours par personne accueillie en moyenne dans le cadre de l'année d'accueil CALM et l'année post-CALM.

TEMPS CONSACRE A LA RECHERCHE D'EMPLOI EN FRANCE

Une majorité significative de nouveaux arrivants considèrent que CALM leur a libéré du temps pour le consacrer à la recherche d'emploi.



LES BENEFICES PERCUS DE CALM

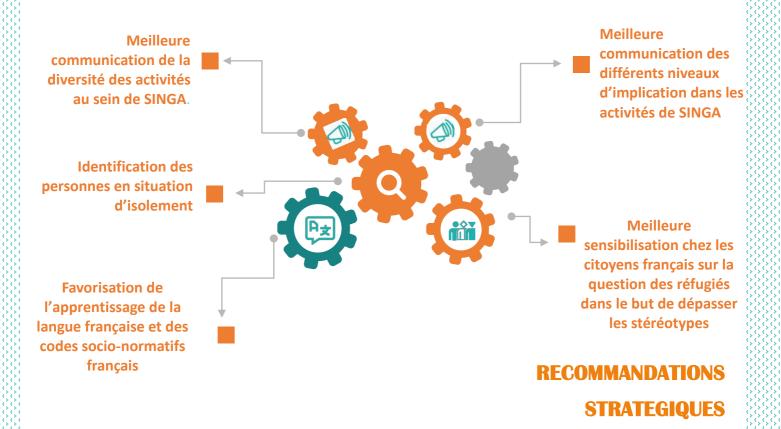
Pour conclure, une majorité de nouveaux arrivants ayant participé à CALM relèvent comme bénéfices du programme les rencontres et l'humanisme lié au programme (« L'accueil, la bienfaisance, l'humanisme... ») et l'apprentissage de la culture et de la langue française (« on découvre la culture, la langue, comment marche la France, les communications, beaucoup de choses »).



*Ouels bénéfices trouvez-vous à CALM ?



Recommandations



RECOMMANDATIONS METHODOLOGIQUES



Un travail de mise à jour et d'homogénéisation des bases de données sans écraser les anciennes données.



Indicateurs à suivre :

- Activités Singa
- Lien social
- Situation professionnelle
- Situation logement
- Niveau de français



Entretien semi-directif pour évaluer l'impact auprès des entrepreneurs



Evaluation globale pour mieux cerner l'impact économique de SINGA

(IM)PROVE Qui sommes-nous?

Spécialisée dans l'accompagnement des acteurs de l'innovation sociétale: Fondations, associations, entreprises sociales, entreprises d'insertion, mutuelles, fonds d'impact investing, ...

Devenu en 3 ans l'acteur de référence sur le sujet: plus de 50 organisations accompagnées, membre actif du Social Impact Network, partenaire privilégié de Convergences, d'Ashoka et d'HEC sur ces sujets, et siégeant au Conseil d'Administration du Mouvement des Entrepreneurs Sociaux.

Nous sommes nous-mêmes une entreprise sociale, alliant recherche d'un impact sociétal et rentabilité financière.



CONTACT

(IM)PROVE | 75 012 PARIS, 11 RUE BISCORNET, AU SENSESPACE

Mail: melanie@im-prove.fr | Web: http://www.im-prove.fr/