



PROVE & IMPROVE YOUR IMPACT



POURQUOI (IM)PROVE?

« (IM)PROVE c'est la qualité d'exécution, la minutie du travail, une excellence dans un processus d'amélioration continue ». Au sein d'(IM)PROVE il y a aussi quelque chose de l'ordre de convivialité, du faire-ensemble. »



Olivier Maurel, Ex-Directeur de l'OPEN innovation, Danone

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.



TABLE DES MATIERES



● INTRODUCTION

Périmètre de la mission
Approche méthodologique

● ANALYSE DES DONNEES

Analyse de la typologie
Le Parcours Entrepreneur
Le MOOC
Les soirées de sensibilisation
Liens médiateurs et impacts

● RECOMMANDATIONS

EVALUATION D'IMPACT VERSION SYNTHÉTIQUE

PARCOURS ENTREPRENEUR
MOOC
SOIRÉES DE SENSIBILISATION



SEPTEMBRE 2017

Anne-Laure Hernandez
Fanny Bernardon

TABLE DES MATIERES



- INTRODUCTION

- Périmètre de la mission
 - Approche méthodologique

- ANALYSE DES DONNEES

- Analyse de la typologie
 - Le Parcours Entrepreneur
 - Le MOOC
 - Les soirées de sensibilisation
 - Liens médiateurs et impacts

- RECOMMANDATIONS

PÉRIMÈTRE DE LA MISSION

Les programmes évalués:

Parcours Entrepreneur

Tour de France durant 10 jours (depuis 2014)
Accompagnement durant 6 mois



Le MOOC

Formation à l'entrepreneuriat social
Co-créé avec HEC-Paris en 2014



Soirées de sensibilisation

Soirées thématiques ou liées au Tour
Objectifs de sensibilisation et d'inspiration



Les objectifs:

Typologie

Caractérisation du public
Identification des profils



Evaluation d'impact

Le rapport des participants à Ticket For Change
Les impacts des trois programmes
Les médiateurs d'impacts



Recommandations

Recommandations stratégiques
Recommandations méthodologiques*



*Les recommandations méthodologiques ont fait l'objet d'une session et d'un livrable séparés et ne figurent pas dans le présent document de synthèse.

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

- Analyse a posteriori sur les bénéficiaires des 3 programmes depuis 2014
- Sondage (pré-testé) auto-administré en ligne
- L'échantillon a été divisé en 3 sous-échantillons (Figure 1 et Tableau 1)

Tableau 1 – Répartition des échantillons et marge d'erreur

Programme	Population source	Echantillon	Marge d'erreur à 95% de confiance
Parcours Entrepreneur	150	111	4.84 %
MOOC	54 563	462	4.54 %
Soirées de sensibilisation	3 914	250	6 %

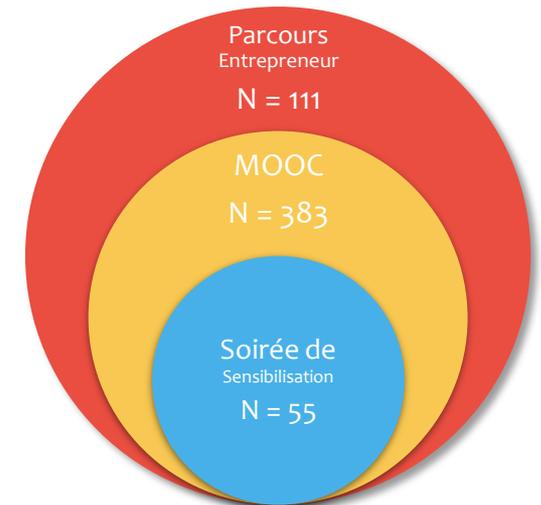
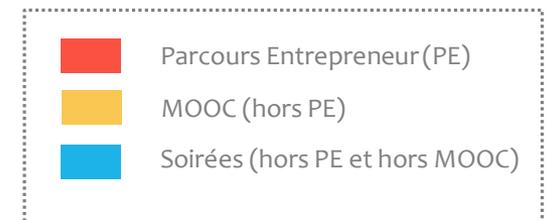


Figure 1 - Effectifs des sous-populations d'étude



ANALYSE DE LA TYPOLOGIE*

TROIS PROFILS DE PARTICIPANTS



Les cadres fortement diplômés

40 ans • Habite en agglomération parisienne • Cadres, professions intellectuelles supérieures • Classe moyenne supérieure • Salarié.e.s • Management (business, économie) • Master et équivalent, doctorat sante • A le plus appris par ses études

Les jeunes à fort potentiel

30 ans • Habite en agglomération parisienne • Cadres, professions intellectuelles supérieures • Classe moyenne supérieure • Etudiant.e.s • En recherche d'emploi • Management (business, économie) • Master et équivalent, doctorat sante • A le plus appris par ses études

Les experts du terrain

40 ans • Habite en dehors de la France • La classe moyenne inférieure • Employé.e.s, Entrepreneur.ses & En recherche d'emploi • Management (business, économie) & Techniques (développement, design) • Licence et équivalent, y compris maîtrise • A le plus appris par soi-même

* L'analyse de la typologie consiste à identifier des profils d'individus parmi les participants. Un profil indique qu'un ensemble d'individus partagent de façon relativement homogène un ensemble de caractéristiques particulières. L'analyse permet d'identifier l'existence de ces profils, leur nombre et les modalités qui globalement les caractérisent (âge, CSP, etc.). Nous avons employé une Analyse en Composantes Principales et une Classification Ascendantes Hiérarchique pour identifier ces profils.





LE PARCOURS ENTREPRENEUR



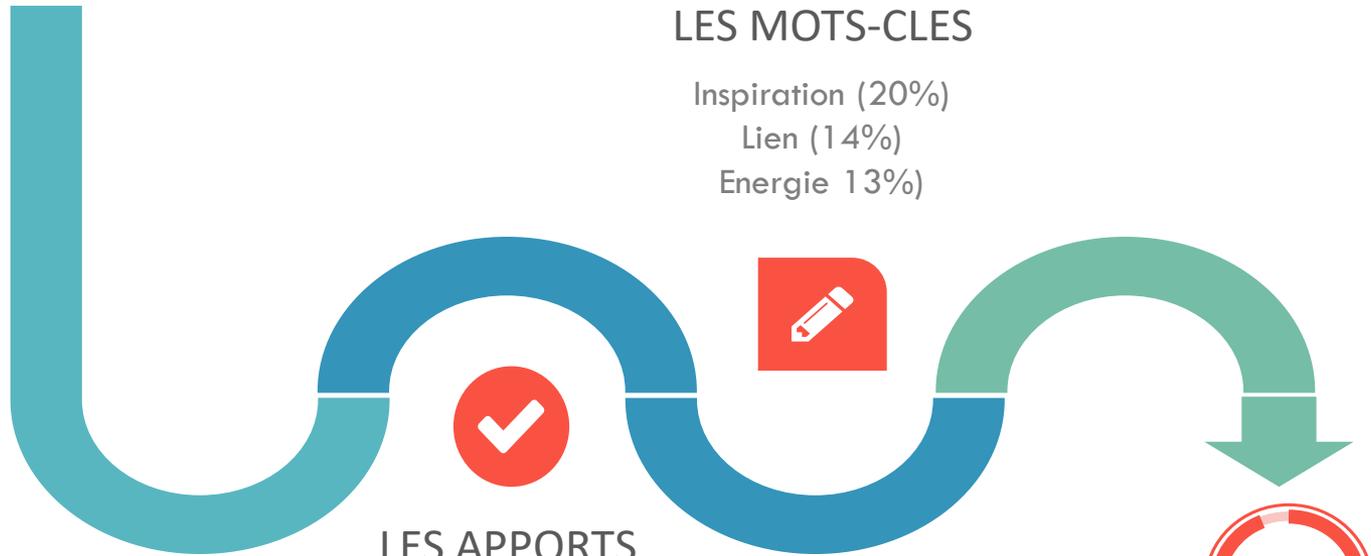
PARCOURS ENTREPRENEUR

LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À TICKET FOR CHANGE



LES ATTENTES

Des outils et des méthodes (15%)
Une aventure humaine forte (13%)



LES MOTS-CLES

Inspiration (20%)
Lien (14%)
Energie 13%)



LES APPORTS

Des outils et des méthodes (10%)
Une aventure humaine forte (16%)



TAUX DE RECOMMANDATION

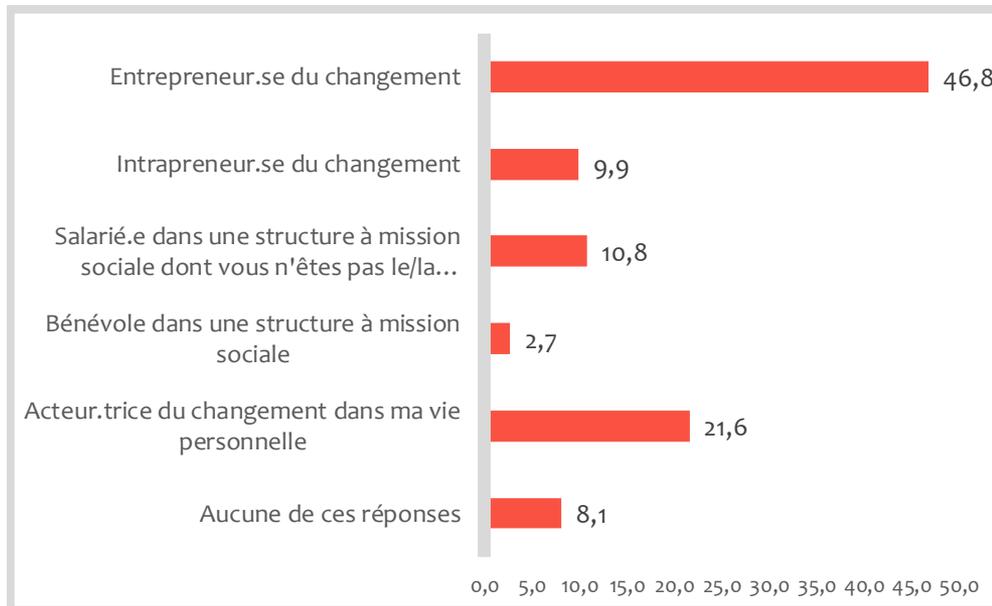


PARCOURS ENTREPRENEUR

LES IMPACTS



92% de **passage à l'action**
chez les participants du
Parcours Entrepreneurs



Part des répondants qui attribuent leur passage à l'action à Ticket For Change:

71% des entrepreneurs

82% des intrapreneurs

60% des salarié.e.s et bénévoles

75% des acteurs.trices du changement dans leur vie personnelle



Figure 2 – Répartition (en %) des différents passage à l'action après le Parcours Entrepreneur

PARCOURS ENTREPRENEUR

POURQUOI ÇA MARCHE?



Les figures inspirantes:

Les participants au Parcours Entrepreneur comptent 18 figures inspirantes en moyenne dont 6 connues via Ticket for Change, soit 1/3 des figures inspirantes.

Sentiment d'appartenance:

85% des participants du Parcours Entrepreneur se sentent appartenir à la famille Ticket for Change

Les apprentissages:

« Hard skills » = apprentissage d'outils concrets utiles à la création d'entreprise (11 items): **un apprentissage positif grâce au Parcours Entrepreneur***

« Soft skills » = connaissance de soi (6 items): **un apprentissage positif grâce au Parcours Entrepreneurs***

* Test de Student à échantillon unique, comparaison à la moyenne théorique, $p < .001$



FOCUS SUR LES ENTREPRENEURS

LE NIVEAU D'AVANCEMENT DES ENTREPRENEURS

Parmi les entrepreneurs.euses qui attribuent leur situation à Ticket for Change :
76% des participants du Parcours Entrepreneur sont à un stade avancé de leur projet puisqu'ils ont déjà commencé leur démarchage, voire peuvent déjà vivre de leur projet.

En revanche, seule **une minorité de participants (8.1%) ont atteint un modèle économique pérenne**.

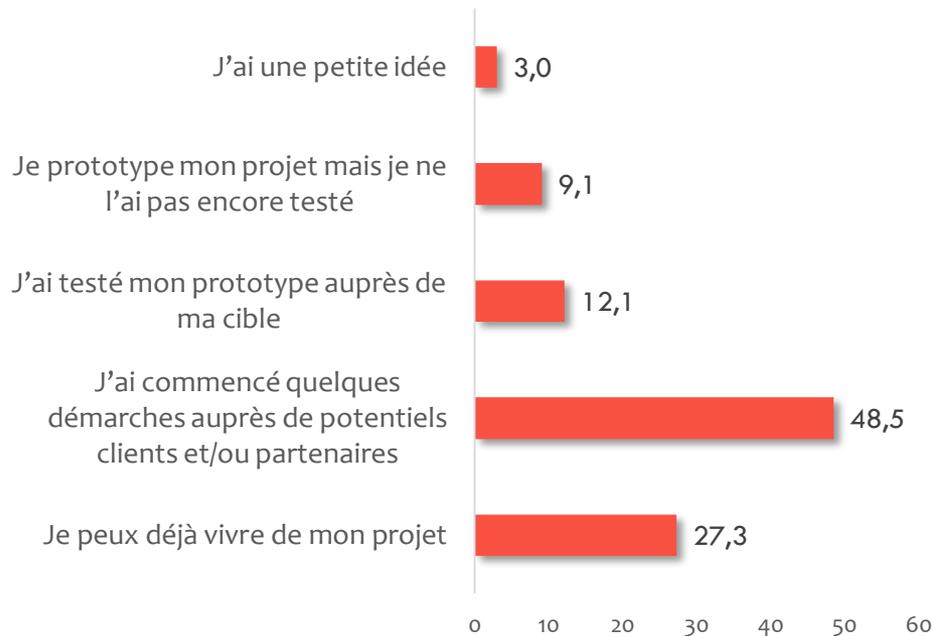


Figure 3 - Répartition (%) en fonction du niveau d'avancement du projet des participants du Parcours Entrepreneur

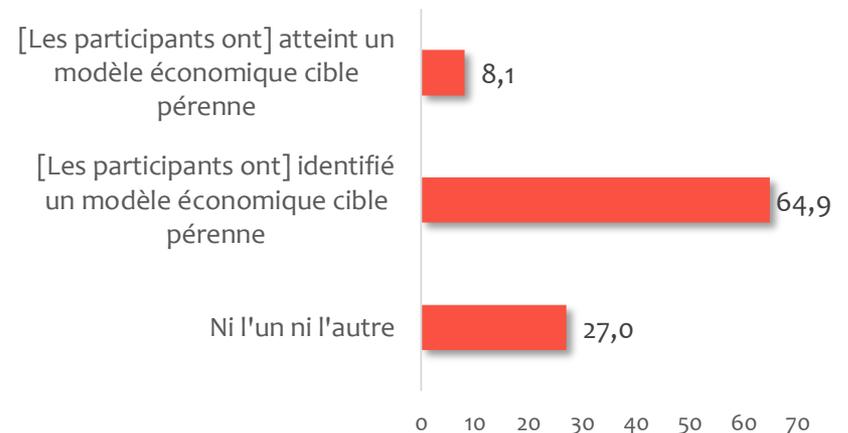


Figure 4 - Répartition (%) en fonction du niveau d'avancement du modèle économique du projet des participants du Parcours Entrepreneur 13

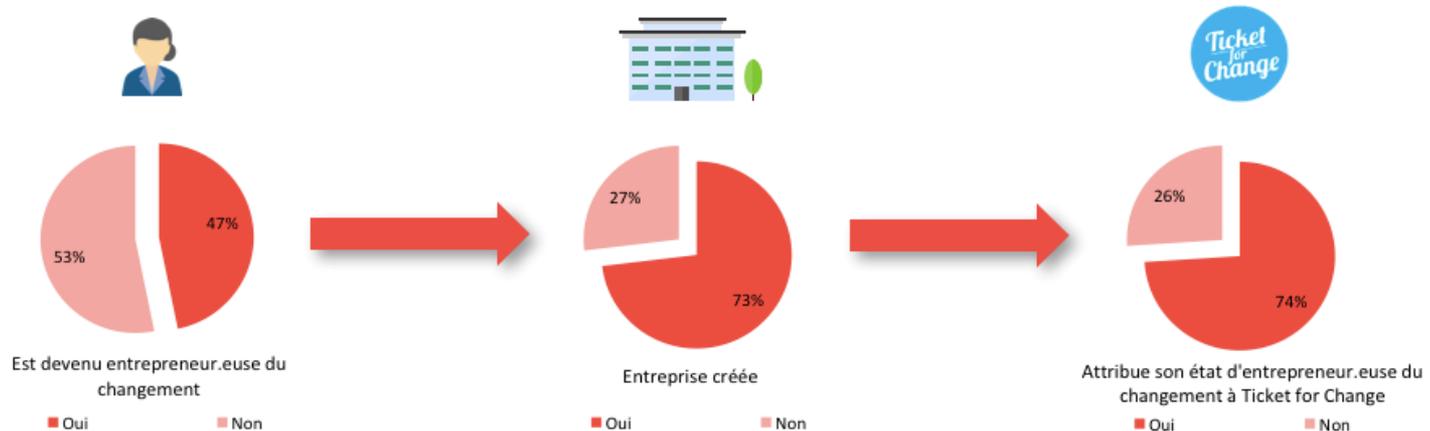


FOCUS SUR LES ENTREPRENEURS

LA CRÉATION D'ENTREPRISE GRÂCE AU PARCOURS ENTREPRENEUR

Si 47% des participant.e.s du Parcours Entrepreneur sont devenu.e.s entrepreneurs.euses du changement, 73% d'entre eux ont effectivement créé leur entreprise. Enfin 74% de ces créateurs d'entreprise ont attribué leur passage à l'action à Ticket For Change.

En résumé, chez l'ensemble des participants du Parcours Entrepreneur, on observe un taux de création d'entreprise de 25% grâce à Ticket For Change



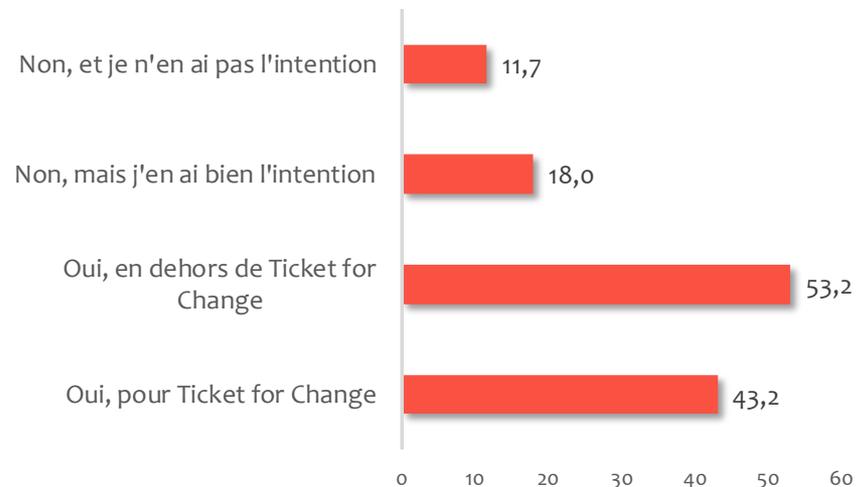
LES AMBASSADEURS DU CHANGEMENT

Une majorité de participants du Parcours Entrepreneur parlent de l'entrepreneuriat du changement autour d'eux. La moitié d'entre eux sont également ambassadeurs lors d'évènements, que ce soit pour ou en-dehors de Ticket for Change.



68.1% d'ambassadeurs de l'entrepreneuriat du changement parmi les participants au Programme Entrepreneur

**Je parle beaucoup de l'entrepreneuriat du changement autour de moi*



**Etes-vous intervenu.e lors d'évènements pour partager vos connaissances ou vos expériences d'acteur.trice du changement?*

Figure 5 - Répartition (%) en fonction du rôle d'ambassadeurs du changement des participants du Parcours Entrepreneur





LE MOOC



LE MOOC

LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À TICKET FOR CHANGE

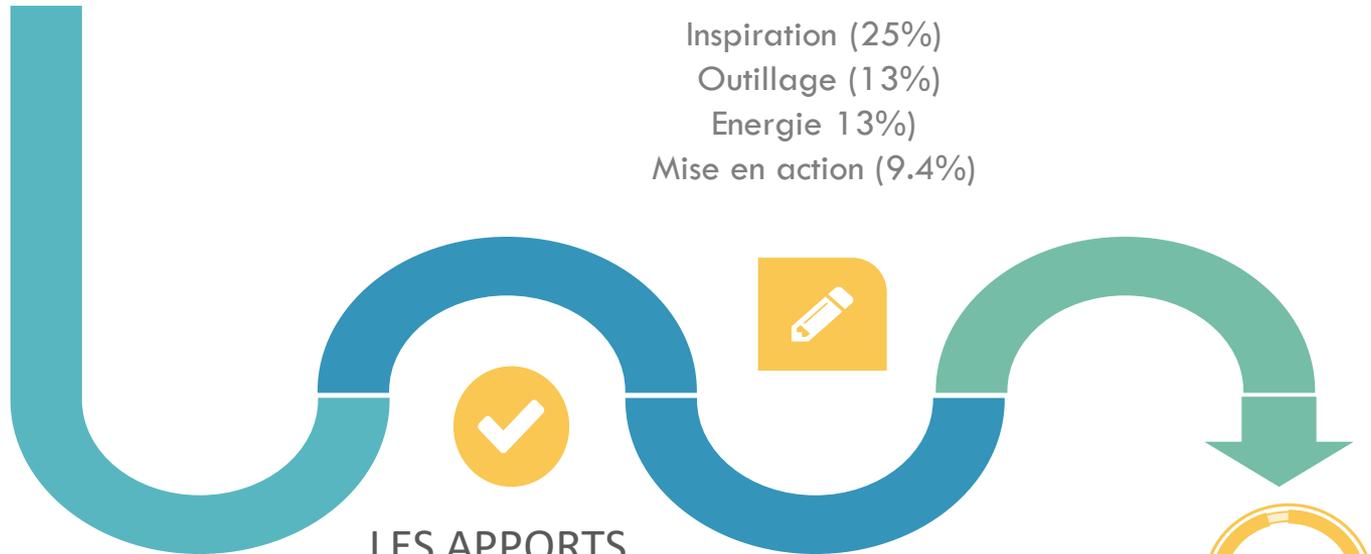


LES ATTENTES

Des outils et des méthodes (18%)
Découvrir ce qu'est
l'entrepreneuriat du
changement (16%)

LES MOTS-CLES

Inspiration (25%)
Outillage (13%)
Energie 13%)
Mise en action (9.4%)



LES APPORTS

Des outils et des méthodes (17%)
Découvrir ce qu'est
l'entrepreneuriat du
changement (19%)



TAUX DE
RECOMMANDATION

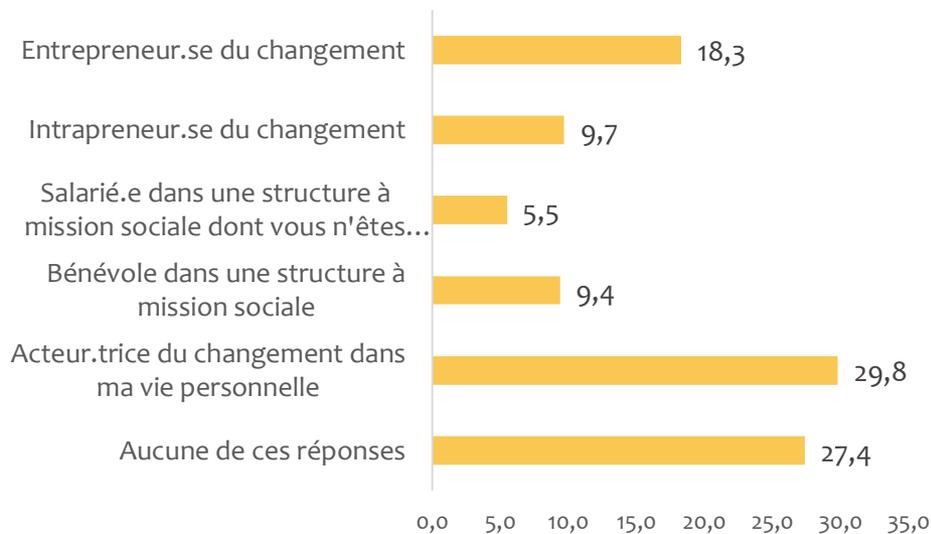


LE MOOC LES IMPACTS



73% de **passage à l'action**
chez les participants du
MOOC

Passage à l'action qui se décline en 5 possibilités:



Part des répondants qui attribuent leur passage à l'action à Ticket For Change:

41% des entrepreneurs

51% des intrapreneurs

30% des salarié.e.s et bénévoles

49% des acteurs.trices du changement dans leur vie personnelle

Figure 6 – Répartition (en %) des différents passage à l'action après le MOOC

LE MOOC

POURQUOI ÇA MARCHE?



Les figures inspirantes:

Les participants au MOOC comptent 10 figures inspirantes en moyenne dont 2 connues via Ticket for Change, soit 20% des figures inspirantes.

Sentiment d'appartenance:

33% des participants du MOOC se sentent appartenir à la famille Ticket for Change

Les apprentissages:

« Hard skills » = apprentissage d'outils concrets utiles à la création d'entreprise (11 items): **un apprentissage positif grâce au MOOC***

« Soft skills » = connaissance de soi (6 items): **un apprentissage positif grâce MOOC***

* Test de student, échantillon unique, comparaison à la moyenne théorique, $p < .001$



FOCUS SUR LES ENTREPRENEURS

LE NIVEAU D'AVANCEMENT DES ENTREPRENEURS

Parmi les entrepreneurs.euses qui attribuent leur situation à Ticket for Change :

27,5% des participants du MOOC sont à un stade avancé de leur projet puisqu'ils ont déjà commencé leur démarchage, voire peuvent déjà vivre de leur projet.

De plus, si aucun n'est parvenu à atteindre un modèle économique pérenne, **55,9% ont tout de même identifié leur modèle économique.**

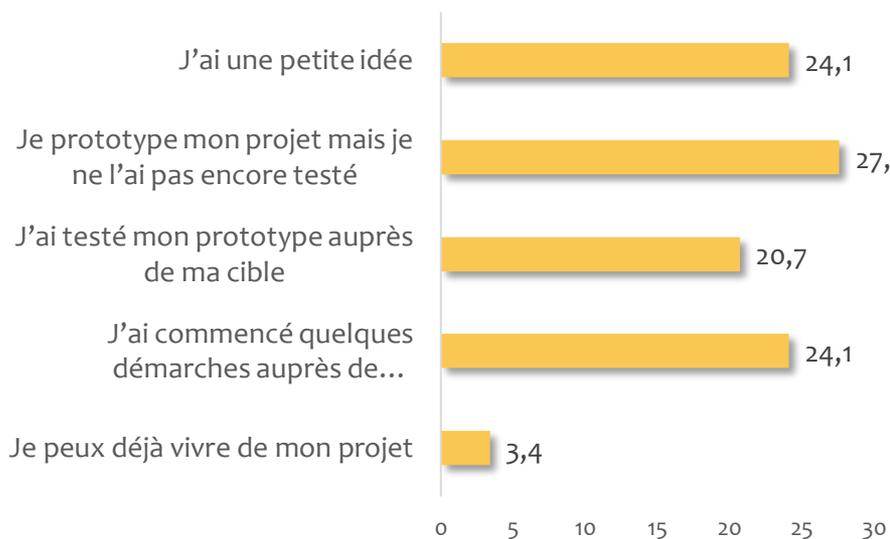


Figure 7 - Répartition (%) en fonction du niveau d'avancement du projet des participants du MOOC

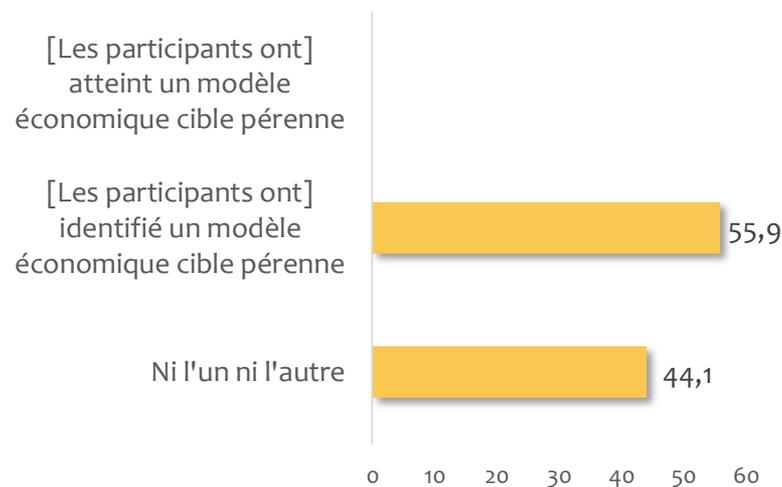


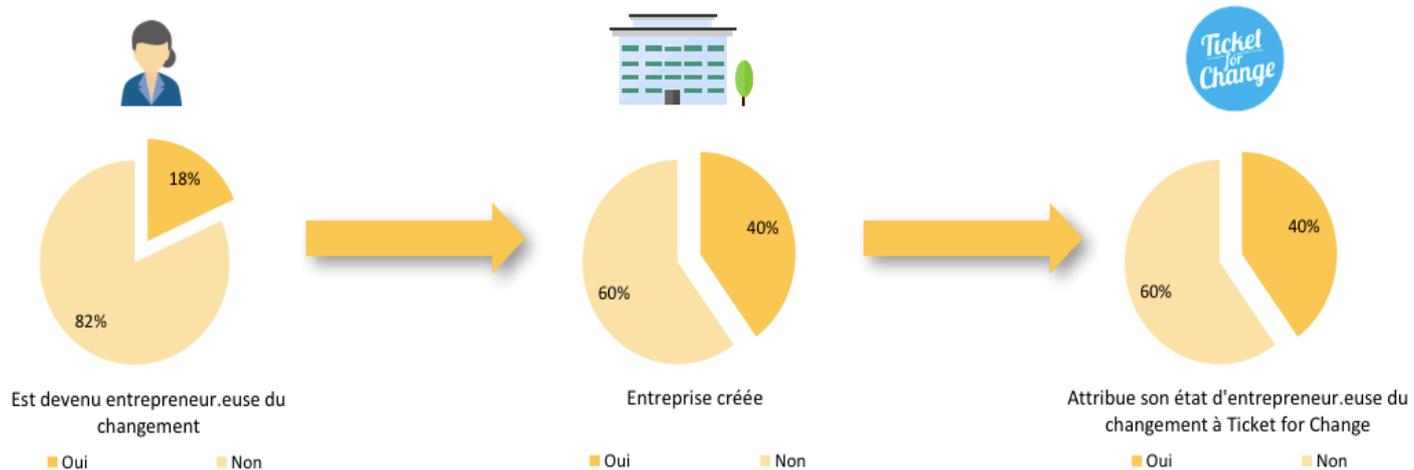
Figure 8 - Répartition (%) en fonction du niveau d'avancement du modèle économique du projet des participants du MOOC

FOCUS SUR LES ENTREPRENEURS

LA CRÉATION D'ENTREPRISE GRÂCE AU MOOC

Si 18% des participant.e.s du MOOC sont devenu.e.s entrepreneurs.euses du changement, 40% d'entre eux ont effectivement créé leur entreprise. Enfin 40% de ces créateurs d'entreprise ont attribué leur passage à l'action à Ticket For Change

En résumé, chez l'ensemble des participants du MOOC, on observe un taux de création d'entreprise de 3% grâce à Ticket For Change



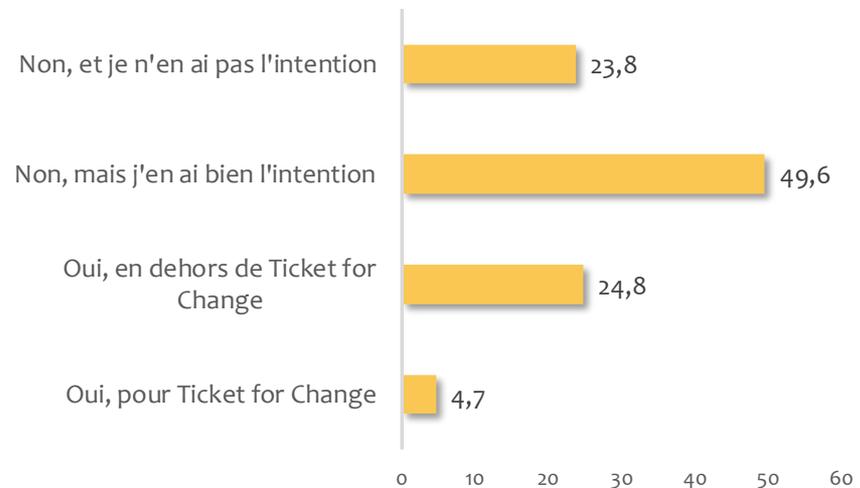
LES AMBASSADEURS DU CHANGEMENT

Une majorité de participants du MOOC parlent de l'entrepreneuriat du changement autour d'eux. En revanche, seule une minorité sont également ambassadeurs lors d'évènements, que ce soit pour ou en-dehors de Ticket for Change.



66.4% d'ambassadeurs de l'entrepreneuriat du changement parmi les participants MOOC

** Je parle beaucoup de l'entrepreneuriat du changement autour de moi*



**Etes-vous intervenu.e lors d'évènements pour partager vos connaissances ou vos expériences d'acteur.trice du changement?*

Figure 9 - Répartition (%) en fonction du rôle d'ambassadeurs du changement des participants du MOOC



LES SOIRÉES DE SENSIBILISATION



LES SOIRÉES DE SENSIBILISATION

LE RAPPORT DES PARTICIPANTS À TICKET FOR CHANGE



LES ATTENTES

La rencontre et le témoignages de personnes inspirantes (29%)
Un réseau et une communauté (16%)
Découvrir ce qu'est l'entrepreneuriat du changement (16%)

LES MOTS-CLES

Inspiration (24%)
Energie (24%)
Lien (14%)
Impact social (12%)



LES APPORTS

La rencontre et le témoignages de personnes inspirantes (32%)
Un réseau et une communauté (18%)
Découvrir ce qu'est l'entrepreneuriat du changement (14%)



TAUX DE RECOMMANDATION



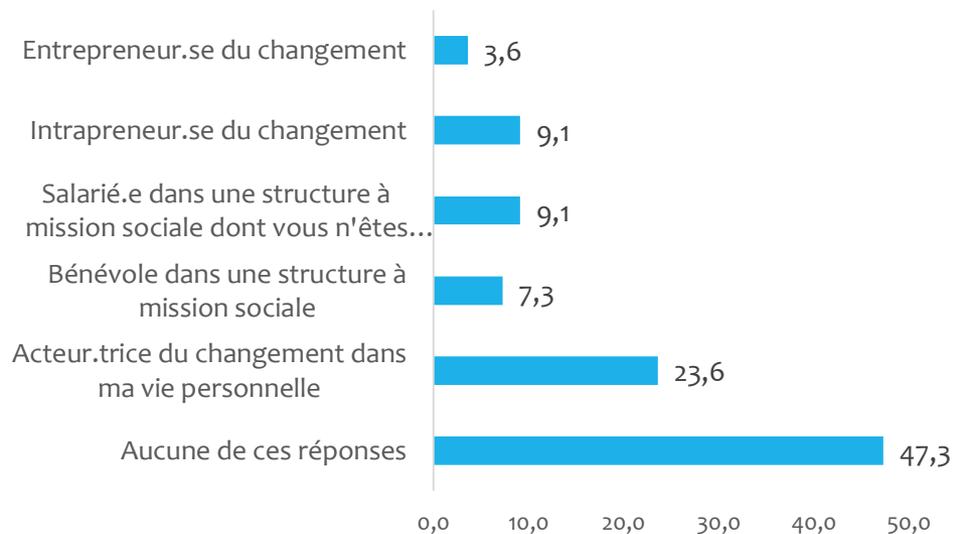
LES SOIRÉES DE SENSIBILISATION

LES IMPACTS



53% de **passage à l'action**
chez les participants aux
soirées de sensibilisation

Passage à l'action qui se décline en 5 possibilités:



Part des répondants qui attribuent leur passage à l'action à Ticket For Change:

33% des salarié.e.s et bénévoles

30% des acteurs.trices du changement dans leur vie personnelle



Figure 4 – Répartition des différents passage à l'action après les soirées de sensibilisation

LES SOIRÉES DE SENSIBILISATION

POURQUOI ÇA MARCHE?



Les figures inspirantes:

Les participants aux soirées de sensibilisation comptent 12 figures inspirantes en moyenne dont une connue via Ticket for Change, soit 8% des figures inspirantes.

Sentiment d'appartenance:

27% des participants des soirées de sensibilisation se sentent appartenir à la famille Ticket for Change

Les apprentissages:

« Hard skills » = apprentissage d'outils concrets utiles à la création d'entreprise (11 items): **pas d'apprentissage particulier grâce aux soirées**

« Soft skills » = connaissance de soi (6 items): **pas d'apprentissage particulier mais une tendance à suivre.**

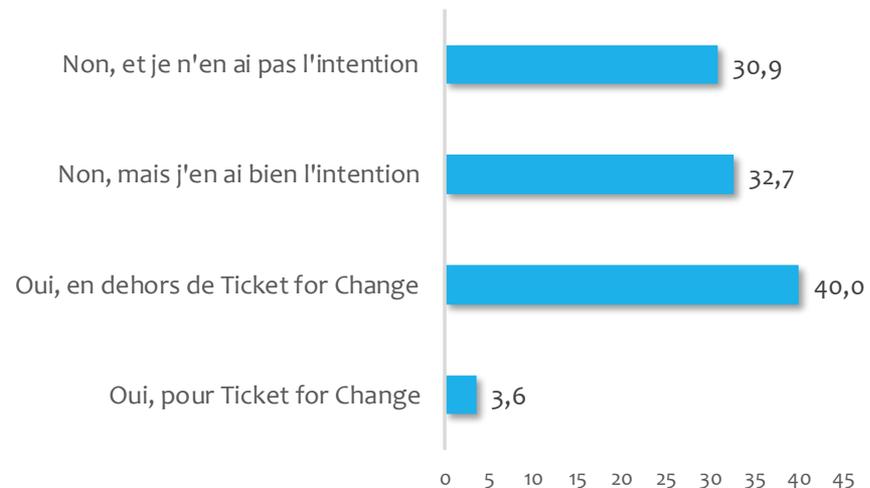
LES AMBASSADEURS DU CHANGEMENT

Une majorité de participants des soirées de sensibilisation parlent de l'entrepreneuriat du changement autour d'eux. En revanche, seule une minorité sont également ambassadeurs lors d'évènements, que ce soit pour ou en-dehors de Ticket for Change.



71.1% d'ambassadeurs de l'entrepreneuriat du changement parmi les participants aux soirées de sensibilisation

**Je parle beaucoup de l'entrepreneuriat du changement autour de moi*



**Etes-vous intervenu.e lors d'évènements pour partager vos connaissances ou vos expériences d'acteur.trice du changement?*

Figure x - Répartition (%) en fonction du rôle d'ambassadeurs du changement des participants du Parcours Entrepreneurs



LIENS MÉDIATEURS & IMPACTS

- Plus le pourcentage de **figures inspirantes** connues via Ticket for Change est grand
- Plus le **sentiment d'appartenance** à la famille Ticket for Change est fort
- Plus les **apprentissages** à la fois des soft skills et de hard skills sont élevés
- Plus le **sentiment d'appartenance** à la famille Ticket for Change est fort



- Plus le nombre d'**apports** identifiés par les participants est grand
- Plus la proportion de participants qui sont **passés à l'action** est grand, chez les participants qui attribuent ce passage à l'action à Ticket for Change

- Plus le **sentiment d'appartenance** à la famille Ticket for Change est fort



- Plus la **proportion d'entrepreneurs/intrapreneurs et acteurs du changement** est grande, chez les participants qui attribuent ce passage à l'action à Ticket for Change



RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES



RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES

