

# TRANSITIONS À IMPACT



## Une étude d'impact Le résumé

*Un projet pour démontrer  
l'impact de l'engagement citoyen  
sur la recherche d'emploi*

*Une étude menée d'Octobre 2022 à Octobre 2022,  
publiée en Novembre 2023*



Un projet rendu possible grâce au soutien de



# Notre ambition

*Faire de la période de recherche d'emploi un moment utile pour soi et la société grâce à l'engagement citoyen*

## Les organisations à l'origine du projet



Cette Fondation abritée, créée pour poursuivre la mission de l'entreprise sociale Vendredi auprès de publics non salariés, a pour ambition de **faire changer d'échelle l'engagement citoyen**. Abrisée depuis 2020 au sein de la Fondation Entreprendre, elle agit concrètement pour lever les freins à l'engagement des citoyens grâce à des projets d'innovation sociale, la création de nouveaux récits autour de l'engagement et du plaidoyer.



**Activ'Action** est une association d'intérêt général qui se fixe pour mission de **transformer le chômage en une expérience constructive**. Elle propose aux personnes en transition professionnelle des ateliers gratuits et collaboratifs pour rencontrer de nouvelles personnes, identifier et développer leurs compétences et dépasser les freins liés à cette période. Depuis 2014, Activ'Action c'est 6 000 ateliers animés, 27 000 participants et 750 personnes formées à ses méthodologies.

## Ce qui existait avant notre action

Plusieurs initiatives, à échelle réduite, avaient déjà démontré l'impact de l'engagement citoyen sur le retour à l'activité des chercheurs d'emploi. **Notre intention a été de nous inspirer de leur approche pour la répliquer à grande échelle.**

*Une histoire*  
**qui ne fait que**  
**débuter**

---

**Naissance  
de l'idée et design  
du projet**

*Janvier 2022 - Août 2022*

**Lancement du projet pilote  
dans toute la France et  
première mesure d'impact**

*Septembre 2022 - Septembre 2023*

**Changement  
d'échelle**

*Octobre 2023 - Octobre 2025*

*C'est l'objet  
de ce document*

*À présent,  
on va aller  
plus loin !*



# Les trois objectifs de **Transitions à impact**

01

Démontrer **l'impact** de  
l'engagement citoyen **sur le  
retour à l'emploi** des  
chercheurs d'emploi...



03

Sans oublier de démontrer  
**la répliquabilité de la démarche**  
(à grande échelle)

02

Ainsi que sur leur **trajectoire  
d'engagement personnelle**

# Mieux comprendre les chercheurs d'emploi et leur envie d'engagement

*L'étude d'opportunité initiale nous a permis de mieux comprendre le public que nous allons toucher.*

## Les besoins

des chercheurs d'emploi pour accélérer le retour à l'activité

- maintenir leurs compétences ou en développer de nouvelles
- développer leur réseau professionnel
- restaurer la confiance en soi
- nouer lien social pour sortir de l'isolement

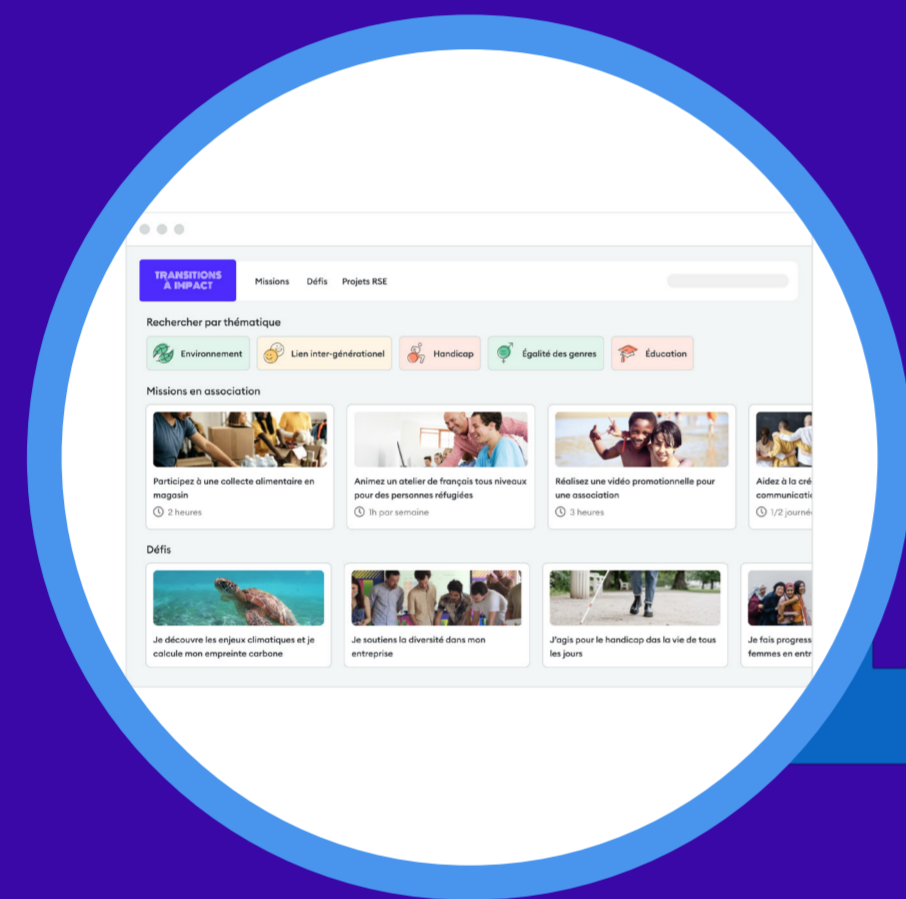
## Ce qui empêche

les chercheurs d'emploi de s'engager

- Une méconnaissance des enjeux de société et du monde associatif
- La nécessité de rester flexibles *pour passer des entretiens comme pour sortir du programme en cas de reprise d'une activité professionnelle*
- La difficulté à trouver une solution simple *pour faciliter le premier pas*
- Le besoin d'un accompagnement *pour avoir un cadre et être encouragés*

**Notre objectif, avec le projet Transitions à impact, a été de répondre à ces besoins et de lever ces freins.**

# En quoi consiste le programme ?

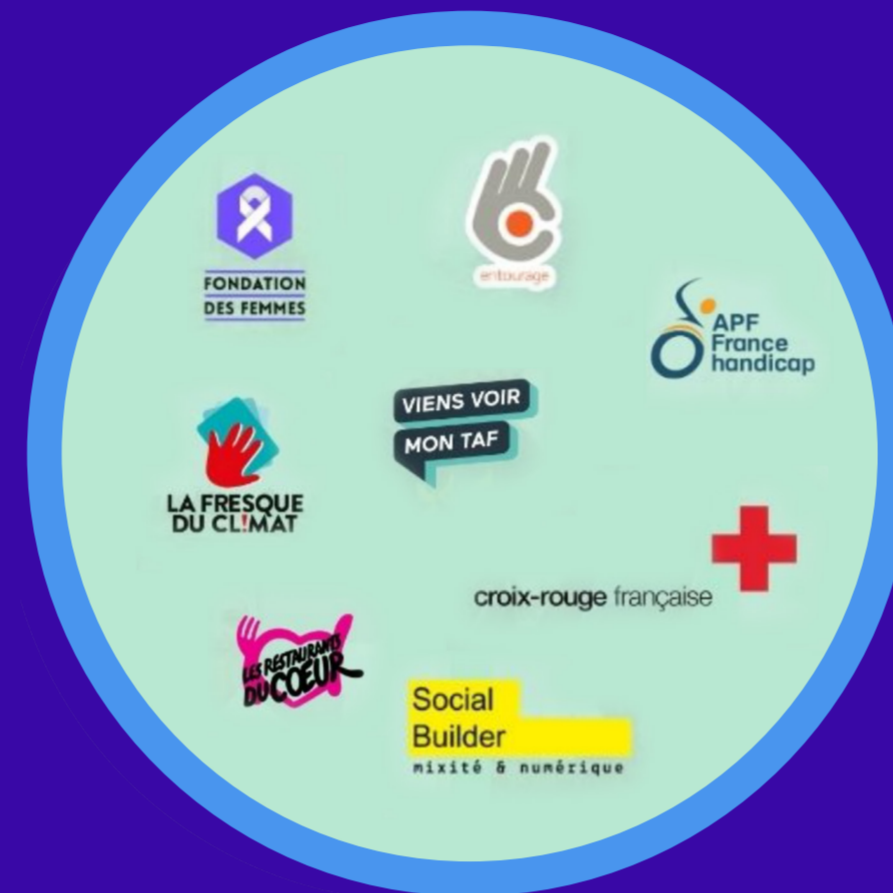


## Une plateforme de l'engagement citoyen

Pour faciliter l'engagement des chercheurs  
d'emploi comme des associations



**Mise à disposition  
gratuitement par  
Vendredi**



## Plusieurs milliers de façons d'agir

Plus de 3 000 associations partenaires, des  
dizaines de challenges en ligne et plus de 20  
parcours de sensibilisation aux enjeux sociaux  
et environnementaux.

On vous en dit plus  
en dessous



## Une animation dédiée

Avec du support individuel, des temps  
collectifs et des groupes locaux.  
De l'inscription au passage à l'action avec des  
temps forts de l'engagement, une communauté  
et des événements en ligne réguliers

# Comment les chercheurs d'emplois ont agi à leur échelle



**L'engagement citoyen** c'est le fait de dédier librement son temps à comprendre les enjeux sociaux et environnementaux, modifier ses comportements individuels et agir auprès de bénéficiaires.

Parcours de sensibilisation - 23%



EX : Sensibilise-toi au quotidien des **personnes en situation de handicap**

Mission coup de pouce - 20%



EX : Aide à la distribution alimentaire avec **la Chorba**

Challenge en ligne - 34%



EX : Calcule ton impact carbone avec l'association **2Tonnes**

Mission régulière de quelques heures - 17%



EX : Anime des groupes d'entraide auprès d'autres personnes en transition professionnelle avec **Activ'Action**

Mission de longue durée - 2%



EX : Fais grandir notre antenne régionale et deviens chargé de développement Bordeaux avec **Télémaque**

Micro-Projet citoyen animé par Activ'Action - 4%



EX : Créé du contenu vidéo pour te sensibiliser aux **violences sexistes et sexuelles**



# Les chiffres clés

après 1 an

---

**2 024**  
chercheurs d'emploi  
inscrits

Plus de  
**200 000**  
personnes exposées  
à une campagne LinkedIn  
de 8 mois

Une moyenne de **12**  
heures d'engagement  
par personne

**1 043**  
personnes engagées  
au moins une fois

**806**  
missions réalisées auprès de  
**82** associations

**1 814**  
parcours de sensibilisation  
aux enjeux sociaux et  
environnementaux réalisés

# Les thématiques phares

---

Climat et biodiversité - 46%



Insertion professionnelle - 43%



Consommation et alimentation - 18%



Egalité des chances - 15%





# Zoom sur la mesure d'impact

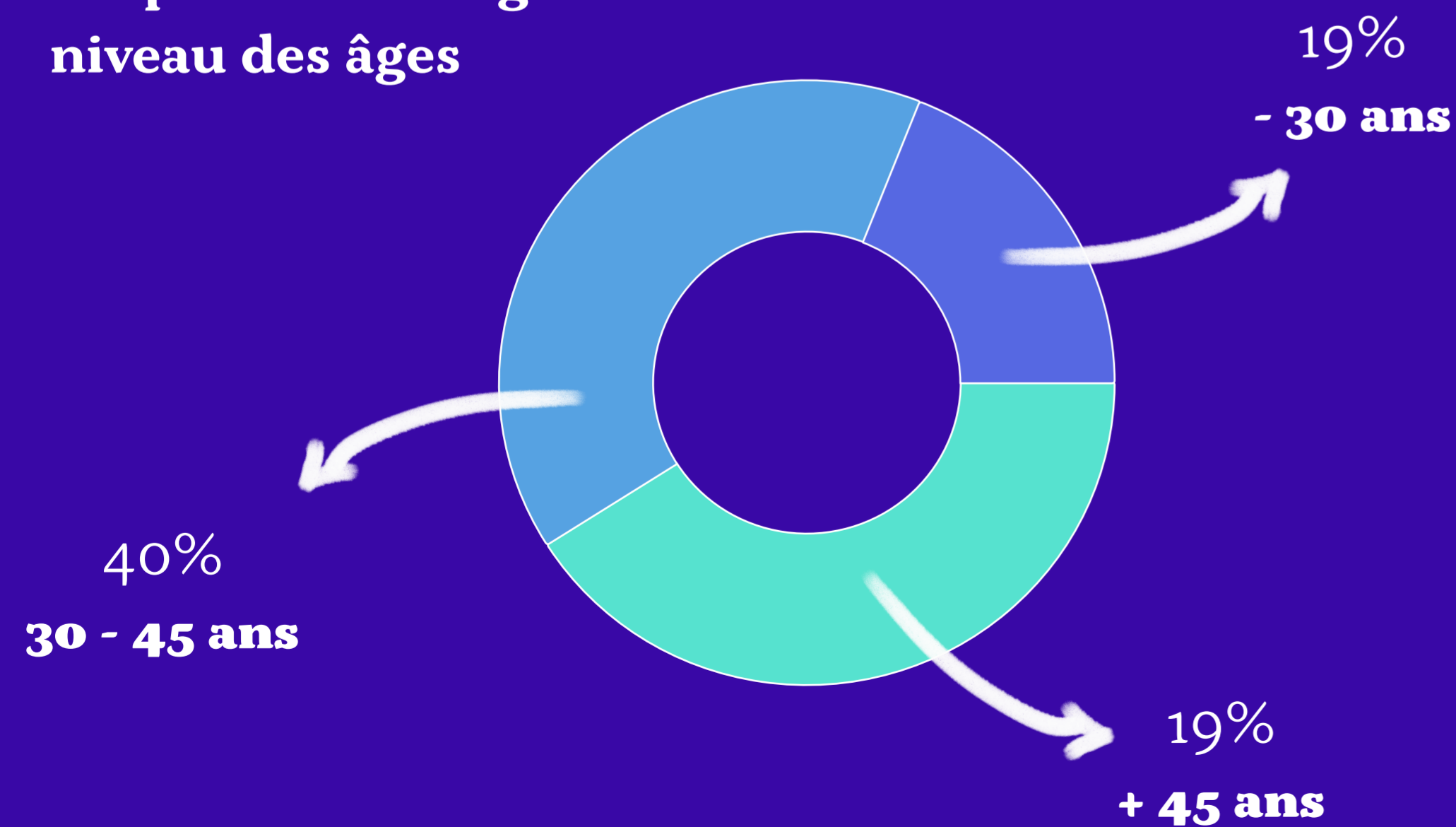
Cette mesure d'impact a été réalisée en septembre 2023 via un questionnaire envoyé à toutes les personnes engagées, avec 167 répondants soit 16% de l'échantillon.

## ● Qui a répondu à l'étude d'impact

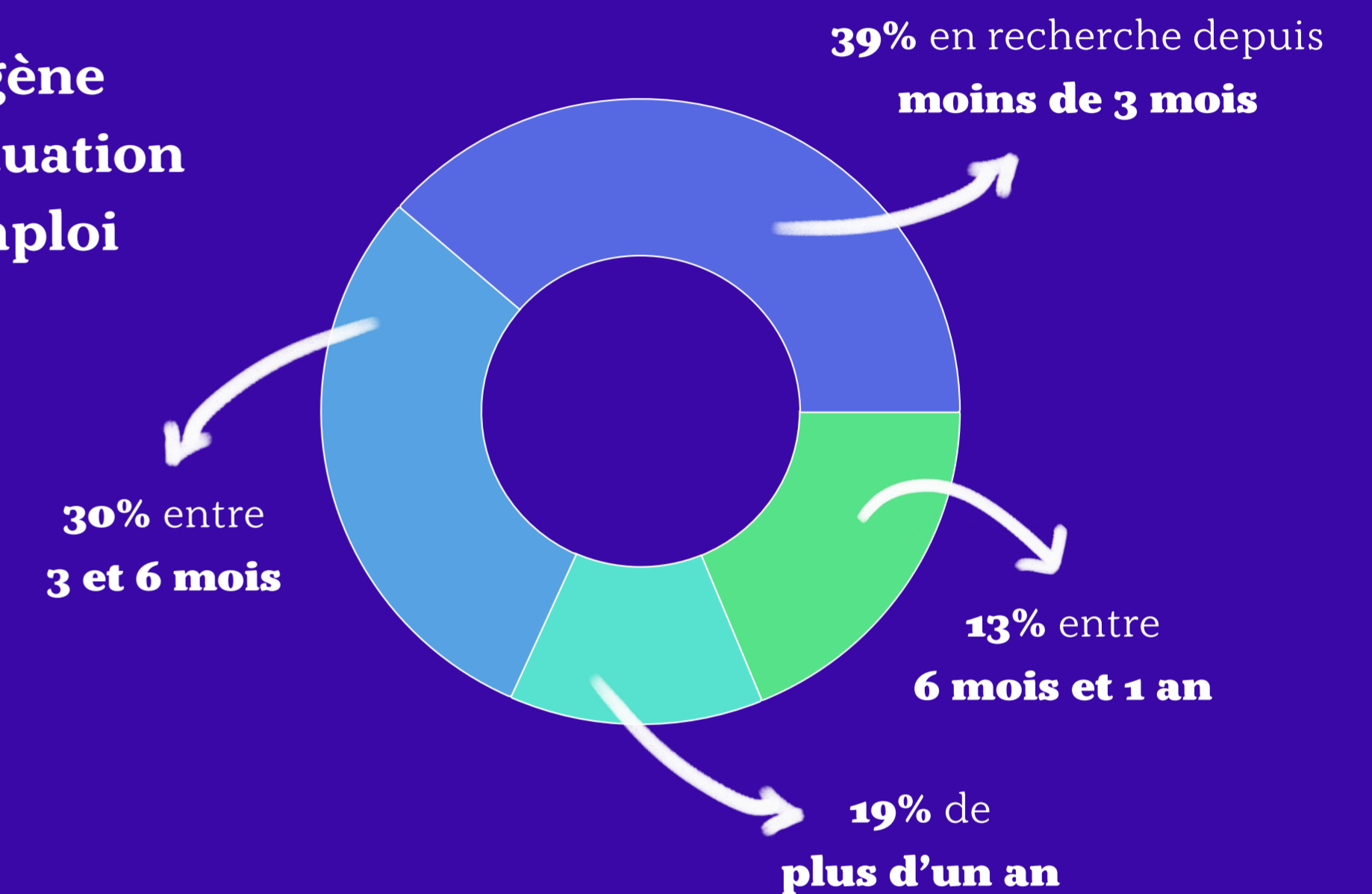
Un public majoritairement féminin : 72%



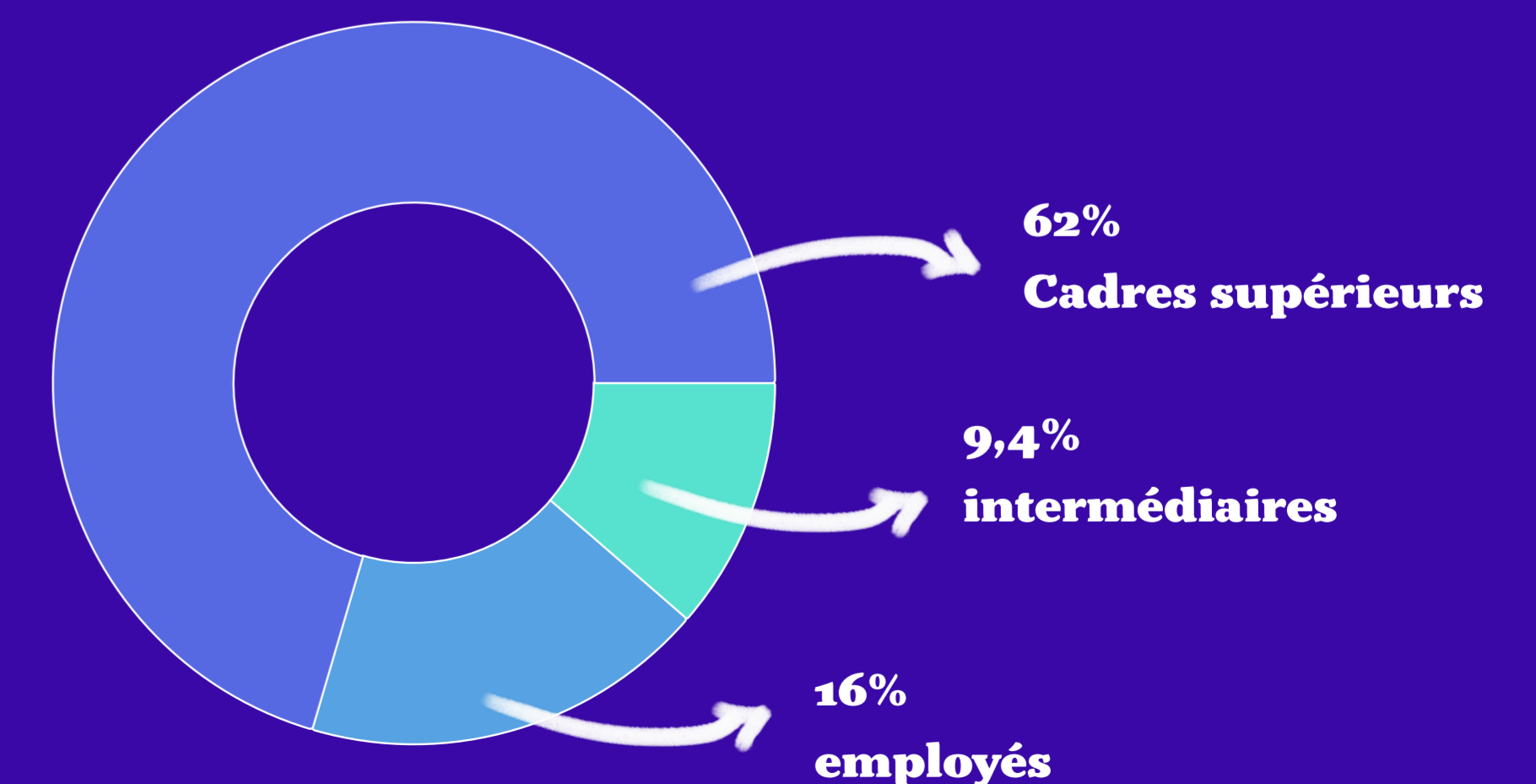
Un public hétérogène au niveau des âges



Un public hétérogène au niveau de la situation de recherche d'emploi



Un public très majoritairement composé de cadres supérieurs et dans une moindre mesure d'employés et de professions intermédiaires



# Zoom sur la mesure d'impact

Cette mesure d'impact a été réalisée en septembre 2023 via un questionnaire envoyé à toutes les personnes engagées, avec 167 répondants soit 16% de l'échantillon.

## ● L'impact sur le retour à l'emploi

**87%** des personnes engagées indiquent avoir **développé des compétences humaines ou techniques** réutilisables dans un cadre professionnel.



**30%** ont **élargi leur réseau** de plus de 3 personnes



**55%** ont noué des **contacts utiles** à leur projet professionnel



**51%** des participants sont à date **de retour en activité** : salariat, auto-entrepreneuriat, formation...



**L'intégralité** des répondants déclarent que **cette expérience a constitué un atout dans leur recherche d'emploi** (facteur motivationnel, confiance en soi, rencontres...)

# Zoom

## sur la mesure d'impact

Cette mesure d'impact a été réalisée en septembre 2023 via un questionnaire envoyé à toutes les personnes engagées, avec 167 répondants soit 16% de l'échantillon.

### ● L'impact sur la trajectoire d'engagement

**69%** indiquent que le programme a contribué à **faire évoluer leurs comportements individuels** : degré de conscience des enjeux, capacité à en parler à leur entourage, façon de consommer, regard sur l'actualité, attitude citoyenne...



**90%** ont **partagé leur expérience** avec leur entourage



**45%** estiment que cette expérience **a impacté** par effet de levier **les comportements individuels de leur entourage**



**80%** des répondants déclarent **continuer à s'engager** à la fin de l'expérience



**64%** des répondants déclarent **penser continuer à s'engager** dans les prochaines mois



# Les apprentissages opérationnels

*L'acquisition ou comment donner envie à  
des chercheurs d'emploi*

*Nous avons déployé, avec des moyens  
limités, une stratégie multicanal ayant  
abouti à des résultats variables :*

## **Publicités LinkedIn et Facebook**

42% des participants



Potentiel de répliquabilité : +++

## **Organique**

*(bouche à oreille, réseaux sociaux)*

35% des participants



Potentiel de répliquabilité : ++

## **Associations expertes de l'accompagnement des chercheurs d'emploi**

14% des participants



Potentiel de répliquabilité : -



Permet de toucher des publics  
plus éloignés de l'emploi

## **Partenariat de communication média**

7% des participants



Potentiel de répliquabilité : ++

## **Partenariats avec des acteurs publics de l'emploi**

*(Mission locale, Pôle Emploi...)*

Moins 1% des participants



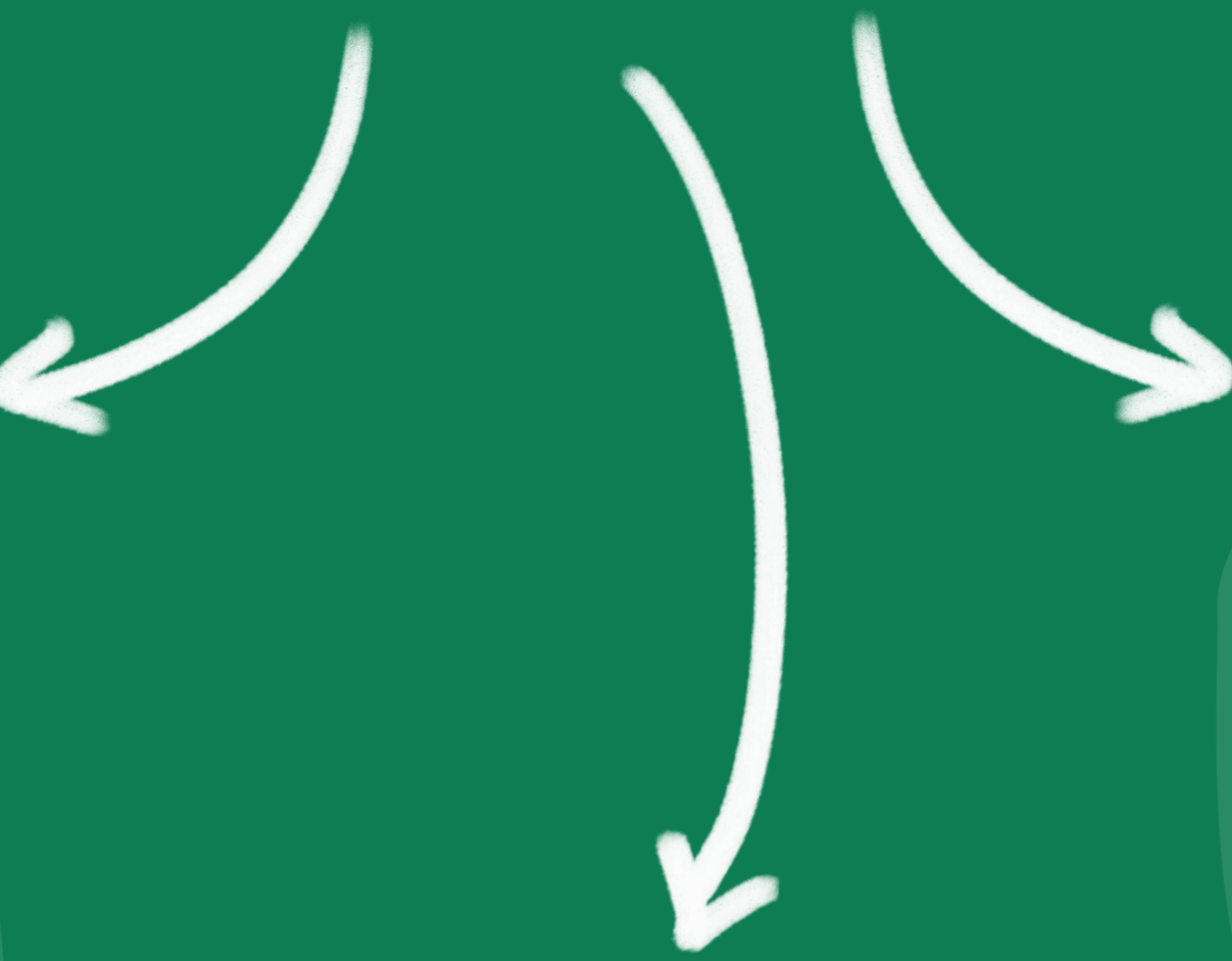
Potentiel de répliquabilité : ++



Nécessite  
d'importants efforts

# Apprentissages et perspectives pour recruter des participants

*Les leviers de marketing digital et de co-marketing (plus de 80%) présentent le plus de potentiel de répliquabilité*



*Les partenariats avec les acteurs publics ont eu un impact limité à date. Notre volonté est de poursuivre les efforts pour systématiser notre démarche dans les parcours de retour à l'emploi.*

*Les partenariats associatifs ont permis d'intégrer dans le programme des participants très éloignés de l'emploi. C'est un axe de développement pour la phase 3 du projet.*

# Les apprentissages opérationnels

*Le passage à l'action ou comment nous avons facilité l'engagement des chercheurs d'emploi*



**Plus de 50% des inscrits ont réalisé au moins une action.**

**Plusieurs facteurs clés de succès ont permis d'atteindre un excellent taux de passage à l'action :**

## **Des webinaires interactifs**

d'introduction au programme ont multiplié par trois le taux de conversion entre les participants et les engagés

## **Une grande diversité d'actions solidaires**

des formats adaptés à chacun : parcours de sensibilisation, missions coup de pouce ou missions plus longues...

## **Une stratégie d'ambassadeurs locaux**

qui permet de favoriser des dynamiques locales en matière de rencontres et de passages à l'action

## **L'organisation de temps forts**

autour d'une thématique qui catalyse un élan collectif et favorise les premiers pas





## **Une animation de la communauté**

en ligne et ponctuellement en physique pour créer du lien avant et après chaque action

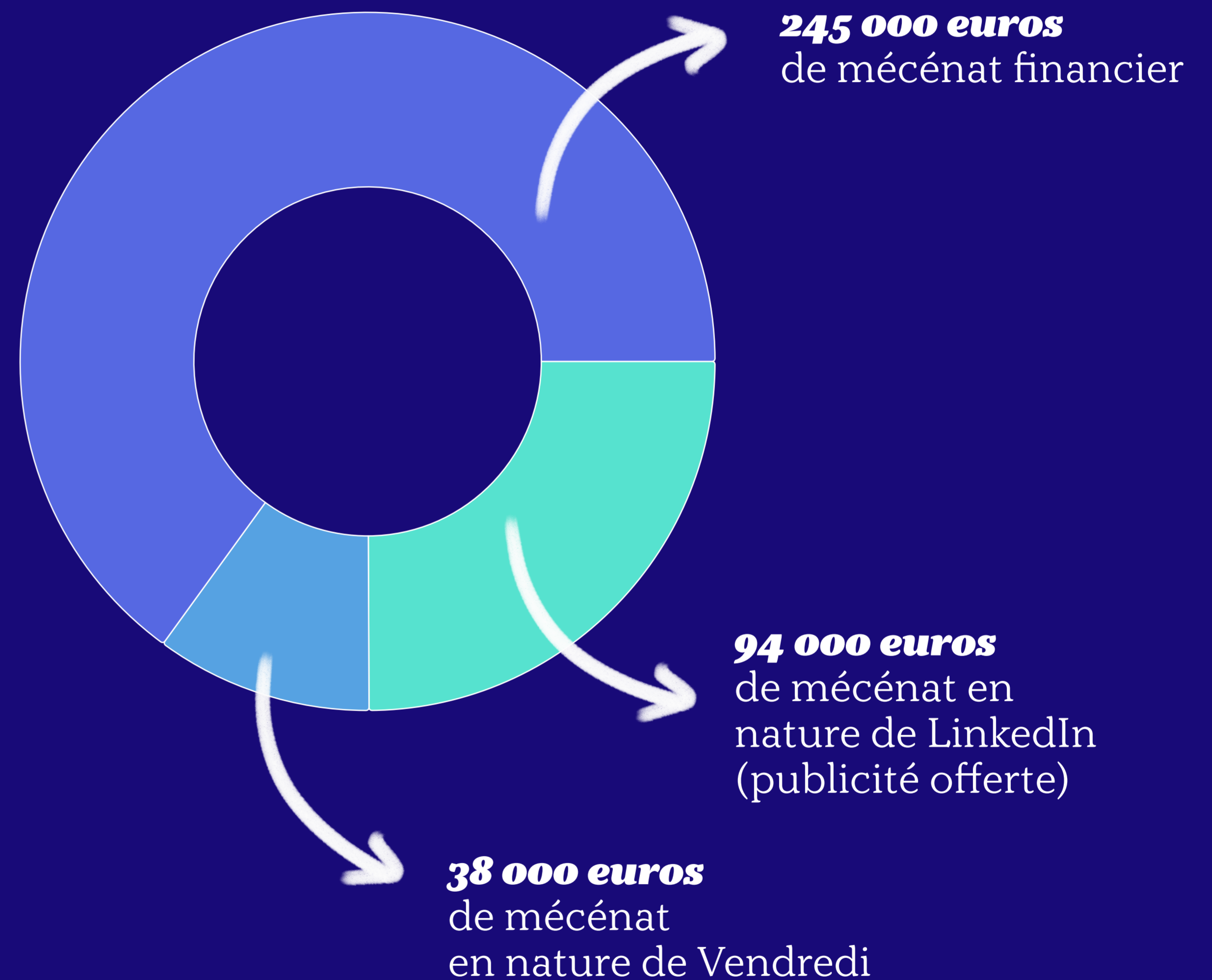
# Les moyens mis en oeuvre

## L'équipe

*Une équipe de 3,5 personnes à temps plein*

-  1 ETP dédié à la conception du programme et la coordination du projet à la Fondation de l'Engagement
-  1 ETP dédié à l'acquisition et à l'animation du programme à la Fondation de l'Engagement
-  0,75 ETP dédié à l'animation des ateliers Activ'Action
-  0,75 ETP dédié à la conception, à la coordination et au pilotage chez Activ'Action

## Le budget



# Le ROI social estimé de la démarche

*Ce projet pilote nous a permis d'estimer le coût nécessaire pour répliquer la démarche à plus grande échelle.*

**145€**

*Le coût pour réussir à faire passer un chercheur d'emploi à l'action*

**37€**

*Le coût pour réussir à inscrire un chercheur d'emploi dans le programme*



Le détail des calculs est présenté dans la version longue de l'étude d'impact.



**Au vu des nombreuses externalités positives derrière chaque engagement (retour à l'emploi, trajectoire d'engagement, changement des comportements, soutien à des associations, bien être des volontaires...) le coût de mise en oeuvre semble bien plus faible que les gains sociaux générés.**



# Conclusion

Ce projet pilote d'une année nous a permis de :

01

démontrer l'impact social en matière de retour à l'emploi comme de trajectoire d'engagement pour les chercheurs d'emploi

03

démontrer le coût faible du dispositif en regard de l'impact

02

identifier des premiers facteurs clés de succès de répliquabilité en matière d'identification comme de passage à l'action des chercheurs d'emploi



**Au vu des résultats, il semble opportun de faire grandir le programme et d'explorer avec les partenaires pertinents, notamment publics, une stratégie de passage à l'échelle.**

# Perspectives & axes de progrès

---

- L'étude d'impact menée avec des moyens limités pourrait être renforcée notamment pour mieux qualifier l'impact en matière de retour à l'emploi
- Cette première année pilote nous a permis d'identifier des obstacles pour identifier et mobiliser des personnes éloignées de l'emploi. Des bonnes pratiques ont été identifiées notamment grâce à des partenariats avec des experts de ces publics. Il nous reste à avoir les moyens de les déployer à plus grande échelle.
- Il est important de poursuivre le programme au-delà de la période pilote d'une année pour éprouver les facteurs clés de succès avec un nombre plus conséquent de participants. Ce afin notamment de valider la maîtrise du coût d'opération du programme et de consolider les méthodologies comme de renforcer les partenariats associatifs et publics.