

Synthèse de la mesure d'impact de SOLENI réalisée par Planète d'Entrepreneurs

« UN SERVICE DE QUALITÉ QUI GENÈRE UNE GRANDE SATISFACTION ET RÉPOND AUX ATTENTES DES FAMILLES »

LES FORCES DU MODELE SOLENI :

1. Deux visites à domicile, permettant un diagnostic complet et individualisé, et créatrices de lien social
2. Réalisées par une tierce partie de confiance
3. Des conseillers énergie professionnels et proches, à l'écoute
4. La gratuité du service

PRINCIPAUX IMPACTS DE SOLENI :

1. Evolution des usages dans le logement
2. Installation d'équipements jugés efficaces, qui tiennent dans la durée
3. Permet une meilleure maîtrise des consommations et des factures
4. Amélioration du bien-être et confort dans le logement

- **94% des ménages ne sont pas du tout d'accord avec l'affirmation « Certains conseils étaient déplacés; les conseillers m'ont fait des reproches »**
- **84 % déclarent faire confiance aux conseillers SOLENI**

- **87% déclarent appliquer tout ou partie de ces conseils**
- **65% des ménages affirment mieux gérer leurs dépenses d'eau et d'énergie**
- **50% des familles disent se sentir mieux dans leur logement aujourd'hui.**

ÉTUDE DES IMPACTS ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX DU SERVICE SOLENI

SOLENI est un service du GROUPE ULISSE, destiné à lutter contre la précarité énergétique à travers un principe d'action innovant : des salariés en parcours d'insertion professionnelle sont formés et accompagnés pour devenir conseillers énergie auprès des familles, nourrissant ainsi un double combat contre l'exclusion et contre la précarité énergétique.

Les points clés du modèle :

- Un diagnostic individualisé, des conseils, l'installation de matériel et la réalisation de petits travaux de confort, lors de 2 visites à domicile, réalisées par des conseillers énergie
- Le repérage des familles par les partenaires de SOLENI : CCAS, fournisseurs d'énergie ou bailleurs sociaux

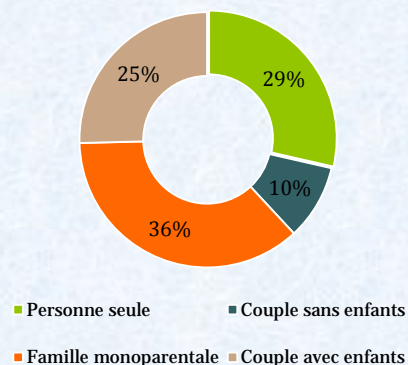
De janv. à mars 2014, Planète d'Entrepreneurs a étudié l'impact du service SOLENI sur les 118 ménages accompagnés entre juin 2011 et novembre 2013 (exclusivement ceux dont la deuxième visite a eu lieu moins de trois mois avant l'étude, soit après le 14/11/2013).

- 70 entretiens ont été réalisés avec les familles, soit 59% de l'échantillon - dont 63 questionnaires quantitatifs parmi lesquels 9 visites à domicile et 54 entretiens téléphoniques.
- 95% des familles contactées par téléphone ont accepté de participer à l'enquête
- des entretiens avec les parties prenantes de SOLENI ont également été réalisés : l'équipe SOLENI et les conseillers énergie, les collectivités locales, fournisseurs d'énergie et d'eau ainsi que des bailleurs sociaux.

CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON

Situation familiale

Les familles monoparentales (36%) sont surreprésentées dans l'échantillon interrogé par rapport à la population totale (24%), au détriment des couples avec enfants.



Situation professionnelle

42% des ménages interrogés sont sans activité, 39% sont salariés, et 14% retraités.

Statut d'occupation

59% des personnes interrogées occupent un logement social (vs. 54% pour l'ensemble des ménages accompagnés par Soleni)

10,7% : le taux d'effort énergétique moyen des familles (pour les 27 familles orientées par le CCAS)

Prescripteurs

59% des ménages ont été orientés par les CCAS, 21% par les fournisseurs privés (fournisseurs d'énergie, bailleur social), 20% par le conseil général et 3% par le Grésivaudan (Communauté de communes).

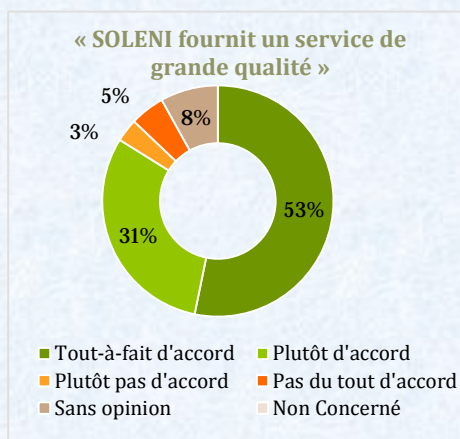
¹ Pour optimiser le taux de réponse, 2 versions du questionnaire ont été développées. En fonction de leur disponibilité, les familles répondaient au choix à la version courte ou à la longue. L'équipe a réalisé 38 versions longues et 25 versions courtes du questionnaire.

² CONTACTS : voir en dernière page de ce document

UN SERVICE DE QUALITÉ QUI GENÈRE UNE GRANDE SATISFACTION ET RÉPOND AUX ATTENTES DES FAMILLES

Qualité du service

84 % des familles jugent que SOLENI fournit un service de qualité. Plus de la moitié affirment même que c'est un service de grande qualité.



Satisfaction globale

7,7/10

c'est la note moyenne de satisfaction globale du service ; 80% des notes données sont supérieures ou égales à 7/10

Les notes sont justifiées spontanément par la qualité du service et de l'accompagnement par les conseillers, ainsi que par l'impact du service sur les factures.

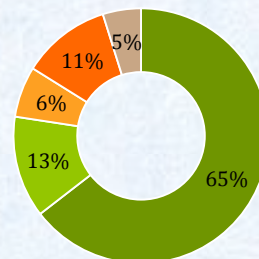
Réponse aux attentes

78 % des familles jugent que SOLENI a répondu à leurs attentes.

Leur attente principale, de loin la plus citée, est la réduction des factures d'énergie et d'eau².

Parmi les 17% qui estiment que SOLENI n'a pas répondu à leurs attentes, la moitié attendait un soutien par rapport à leur demande de travaux auprès de leur bailleur ou propriétaire.

« SOLENI a répondu à mes attentes »



LES FORCES DU MODELE SOLENI

Deux visites à domicile, permettant un diagnostic complet et individualisé, et créatrices de lien social

- 11 des 12 familles auxquelles la question a été posée jugent que c'est bien qu'il y ait 2 visites (plutôt que 1 ou 3) ;
- 7 familles ont souligné spontanément l'intérêt de la visite à domicile.
- 1 seule famille aurait souhaité une 3ème visite.

Cette visite n'est généralement pas vue comme une contrainte par les ménages : 75% ne voient ainsi aucune contrainte au service.

« Les conseillers se déplacent, ils peuvent montrer concrètement les choses, constater, installer les équipements » Bénéficiaire du service SOLENI à Grenoble

« Les personnes reçoivent les conseillers sans problème, elles sont ravies » Animatrice prévention et lien social, CCAS Saint-Egrève

« Les personnes sont contentes que l'on vienne les voir chez eux, c'est important » / « l'intervention individuelle permet de fournir un service de qualité » Responsable pôle inclusion financière, CCAS Grenoble

« J'étais vraiment content de recevoir des personnes chez moi, ils étaient très sympas » Bénéficiaire du service SOLENI à Grenoble

² Viennent ensuite: l'attente d'un diagnostic du comportement et du logement, d'information et de conseils ainsi que l'initiation d'un dialogue avec leur bailleur.

LES FORCES DU MODELE SOLENI

Réalisées par une tierce partie de confiance

- 90 % ne sont pas d'accord avec l'affirmation « J'avais des appréhensions liées aux visites de SOLENI »
- 84 % déclarent faire confiance aux conseillers SOLENI
- 62 % estiment que le statut d'association de SOLENI est important (sur 32 personnes interrogées)

« Ni travailleurs sociaux, ni bailleurs, ni fournisseur d'énergie » (CCAS Grenoble, GEG, EDF)

« Une meilleure compréhension des ménages » (SDH) ;

« Pas de jugement » (EDF, conseillers SOLENI)

« Des ménages plus ouverts et rassurés » (EDF, SLS)

Des conseillers énergie professionnels ...

- 100% des ménages ont trouvé les conseillers clairs dans leurs explications
- 30% des personnes citent spontanément les compétences, le professionnalisme, la clarté des explications comme point fort du service SOLENI

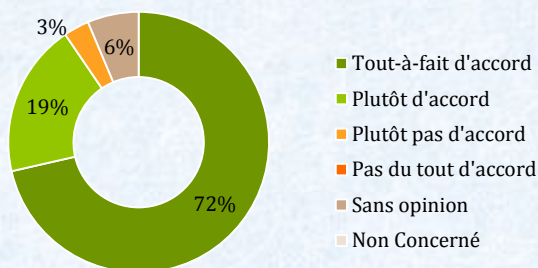
... et proches, à l'écoute

- 92 % des ménages déclarent qu'il était facile d'échanger avec les conseillers, 72% affirment que les conseillers ont compris leurs problèmes
- 94% des ménages ne sont pas du tout d'accord avec l'affirmation « Certains conseils étaient déplacés; les conseillers m'ont fait des reproches »
- 91% des ménages affirment que les conseillers ont compris leurs problèmes

La gratuité du service

- Sur 19 personnes interrogées, 11 disent qu'elles auraient payé pour le service SOLENI s'il avait été payant
- La gratuité du service reste néanmoins un vrai argument pour les CCAS dans leur orientation des familles.

« Les conseillers ont compris vos problèmes »



Remarques formulées spontanément par les ménages



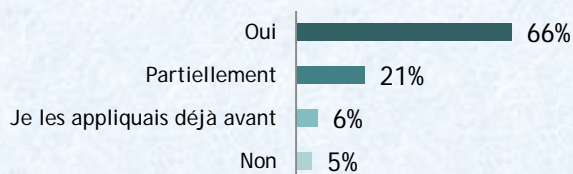
IMPACT PREMIER DE SOLENI : EVOLUTION DES USAGES DANS LE LOGEMENT

L'intervention de SOLENI permet d'initier un changement que les ménages n'auraient certainement pas réalisé par eux-mêmes par manque de moyens, de connaissances, de conscience ou même simplement à cause du poids des habitudes et de l'inertie.

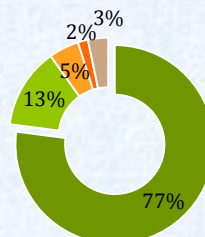
Des conseils utiles qui initient un changement des usages

- 84 % des ménages déclarent que les conseils leur ont été utiles.
- 90 % estiment qu'ils sont faciles à appliquer
- 87% déclarent appliquer tout ou partie de ces conseils
- La capacité des familles à citer les conseils donnés ne décroît pas avec le temps

"Appliquez vous les conseils qui vous ont été donnés?"

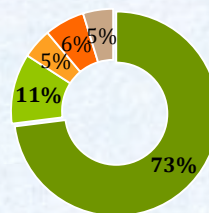


« Les conseils sont faciles à appliquer »



■ Tout-à-fait d'accord
■ Plutôt d'accord
■ Plutôt pas d'accord
■ Sans opinion

« Les conseils ont été utiles »



■ Plutôt d'accord
■ Pas du tout d'accord
■ Non Concerné

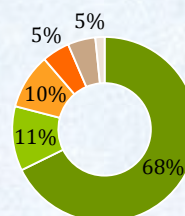
- 68 % des ménages interrogés déclarent avoir transmis les conseils à un proche
- 100% répondent oui à la question *Est-ce important pour vous de transmettre ces conseils à vos enfants?*

... et des équipements jugés efficaces, qui tiennent dans la durée

- 66 % des ménages concernés sont satisfaits des petits travaux effectués chez eux par SOLENI
- 14% des ménages interrogés ont déménagé ; Les équipements sont emportés et réinstallés dans un nouveau logement dans 9 cas de déménagement sur 10
- Seulement 15 % des ménages ont retiré 1 ou 2 équipements chez eux (6 mousses, 3 ampoules, 2 coupe-froid et 2 éco-sacs)

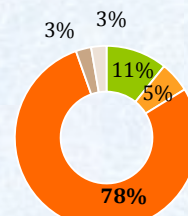
« Aménagements et conseils peuvent facilement être réutilisés, même après un changement de logement », Chef de Service Inclusion Financière, CCAS de Grenoble

« Les équipements installés ont été utiles »



■ Tout-à-fait d'accord
■ Plutôt d'accord
■ Plutôt pas d'accord
■ Sans opinion

« Les équipements se sont détériorés »



■ Plutôt d'accord
■ Pas du tout d'accord
■ Non Concerné

Une compréhension encore limitée des factures

- La moitié des ménages ont encore du mal à comprendre leurs factures...
- ... et 71% des ménages interrogés déclarent que leur consommation d'énergie et d'eau les préoccupe

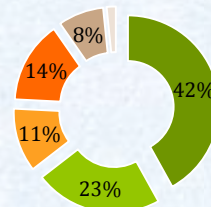
QUI PERMET UNE MEILLEURE MAÎTRISE DES CONSOMMATIONS ET DES FACTURES

65% des ménages affirment mieux gérer leurs dépenses d'eau et d'énergie

En attribuant majoritairement cet impact à SOLENI³ :

- 51% Citent les conseils, la prise de conscience ou un changement de comportement ;
- 43% Citent les équipements ;
- 8% Ne savent pas ;
- 26% Invoquent des raisons indépendantes de SOLENI ou ne répondent pas correctement à la question

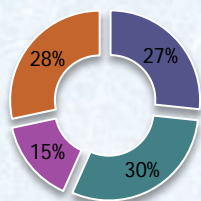
« Depuis SOLENI, je gère mieux mes dépenses »



Qui permet des réductions des consommations et des factures

Pour l'électricité et le gaz, les données de consommation réelles n'ont pas été obtenues. Dans la majorité des cas, les familles ne connaissent pas l'évolution de leurs consommations réelles.

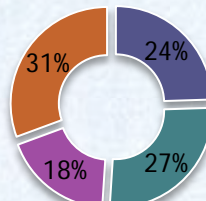
Electricité



■ Diminution ■ Stagnation
■ Augmentation ■ Je ne sais pas

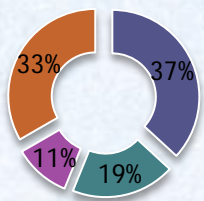
- 27% des familles disent constater une diminution de leurs conso. d'électricité
- 18% l'attribuent aux aménagements SOLENI
- 41% l'attribuent aux conseils donnés par SOLENI

Gaz



- 24% disent constater une diminution de leur consommation de gaz
- 13% l'attribuent aux aménagements SOLENI
- 40% l'attribuent aux conseils donnés par SOLENI

Eau



Les relevés des consommations réelles en m³ - données Eau de Grenoble - n'ont pu être obtenus que pour 13 ménages (ceteris paribus pour 8 ménages). Les résultats ne sont donc communiqués qu'à titre indicatif.

- Baisse moyenne de 21% entre l'année avant et l'année après la 2ème visite soit une économie d'environ 30€/an
- Résultats très dispersés: Evolution de conso. Entre +10% et -60% ; Ecart type de 21%.

Résultats du questionnaire:

- 37% des familles disent avoir constaté une réduction de leur consommation d'eau
- 74% l'attribuent aux aménagements SOLENI
- 42% l'attribuent aux conseils donnés par SOLENI

UN MEILLEUR BIEN-ÊTRE ET CONFORT DANS LE LOGEMENT

- 50% des familles disent se sentir mieux dans leur logement aujourd'hui.
- 41% sont d'accord avec l'affirmation « Il est plus facile de régler la température dans mon logement » .
- Plus de 30% des ménages ont déclaré une amélioration des courants d'air et du froid dans leur logement.

³ Nombre de répondants restreint (49 personnes)