

Evaluation d'impact social du projet Le Carillon

Porté par l'association La
Cloche

— Synthèse

Juillet 2019

agence**phare**

RAPPORT RÉALISÉ PAR L'AGENCE PHARE

AUTEURS :
FRANÇOIS CATHELINÉAU
MARIANNE MONFORT



LE CARILLON
CHACUN POUR TOUS

— agencephare.com

Evaluation d'impact social du projet Le Carillon

Synthèse de l'étude menée par l'Agence Phare (François Cathelineau, Marianne Monfort), commanditée par l'association La Cloche.

Introduction

Le Carillon est l'un des projets portés par l'association La Cloche, créée en décembre 2014 et dont l'objet est de mettre en place des actions durables participant à l'inclusion des personnes les plus démunies. Sa raison d'être est de mobiliser les habitant-es et commerçant-es d'un quartier afin de soutenir les personnes sans domicile – il est qualifié, en ce sens, de « *réseau de commerçants et d'habitants solidaires des personnes sans domicile* »¹.

Présent dans l'ensemble des arrondissements de Paris, ainsi qu'à Nantes, Marseille, Lyon, Lille, Bordeaux et Melun, Le Carillon peut être défini de trois façons. D'abord, il s'agit d'un ensemble d'actions (labels solidaires, services et produits offerts par les commerçant-es, événements) orientées vers la création de lien social. Ensuite, le fonctionnement « en réseau » du Carillon est basé sur des interactions sociales directes entre les commerçant-es, les habitant-es et les personnes à la rue, ainsi que sur un principe d'horizontalité entre les différentes parties prenantes. Enfin, le projet du Carillon est très fortement partenarial et s'inscrit dans un réseau dense d'acteurs de l'action sociale.

Les spécificités de l'objectif social du Carillon et de sa structuration en réseau ont fondé la problématique de l'évaluation (encadré méthodologique) : ***comment et dans quelle mesure un réseau de commerçant-es, d'habitant-es solidaires et de personnes sans domicile peut-il favoriser la création de lien social au niveau local ?***

Encadré méthodologique

La méthodologie mise en œuvre dans le cadre de cette étude est structurée en deux temps.

Une première phase de cadrage qualitatif a été déployée. Un travail d'analyse documentaire a été mené, ainsi que 3 focus-groups et 4 entretiens semi-directifs auprès de 21 personnes impliquées dans le projet (personnes sans domicile, habitant-es, commerçant-es et structures partenaires).

Une seconde phase a consisté en une enquête par questionnaire. Au total, 397 personnes ont répondu aux trois questionnaires qui ont été diffusés (auprès de 120 commerçant-es, de 109 personnes sans domicile et/ou en situation de précarité et de 168 habitant-es).

¹Site internet du Carillon : <http://www.lecarillon.org>
agencephare

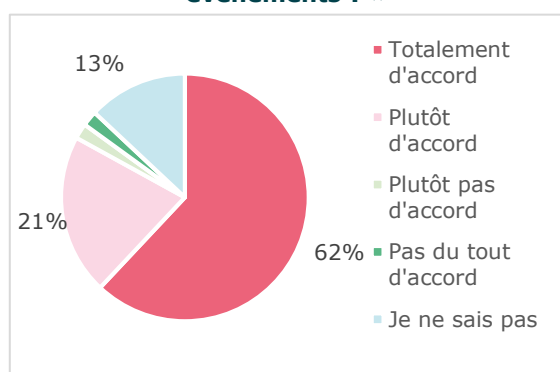
Les impacts sociaux du Carillon

Impact 1 : l'augmentation du sentiment de dignité

Le premier impact du Carillon porte sur l'augmentation du sentiment de dignité des personnes sans domicile qui sont impliquées dans le réseau. Cet impact s'observe à deux niveaux (infographie 1).

A un premier niveau, Le Carillon instaure une **horizontalité entre les différentes parties prenantes qui**, en dépit de leurs différences en termes de statut socioéconomique, **intègrent une relation d'égal à égal**. Il permet en effet aux personnes en situation de précarité, et notamment aux personnes sans domicile, d'intégrer des relations d'échange dans lesquelles elles ne se sentent pas « jugées », et qui entrent de ce fait en contraste avec d'autres moments de leur vie quotidienne (regards dans la rue, suivi et contrôle administratif plus ou moins soutenus, relations d'aide fondées sur des logiques de charité, etc.).

Graphique 1 - « Diriez-vous qu'on est accepté comme on est dans les événements ? »



Lecture : 62% des répondant-es pensent qu'on est totalement accepté dans les événements [base personnes sans domicile, n=107].

83% des personnes sans domicile ayant répondu au questionnaire ont ainsi l'impression d'être acceptées « comme elles sont » dans les événements (graphique 1). Le Carillon réduit donc les déséquilibres qui peuvent surgir dans la rencontre entre les personnes sans domicile et celles qui ont un logement, et crée de ce fait les conditions de possibilité d'un échange.

A un second niveau, les personnes sans domicile peuvent participer, si elles le souhaitent, à l'organisation des événements et à la transmission d'informations relatives au réseau. Être acteur du réseau du Carillon renvoie à une pluralité de réalités (de la participation ponctuelle au rôle « d'ambassadeur », figure centrale du réseau), ce qui rend possible la participation et la valorisation des apports de tou-ttes (extrait n°1). L'étude montre toutefois que l'impact du Carillon relatif à l'augmentation du sentiment de dignité est particulièrement fort pour les personnes sans domicile les plus impliquées : **il existe donc un lien entre l'investissement dans le réseau et l'appropriation de celui-ci**.

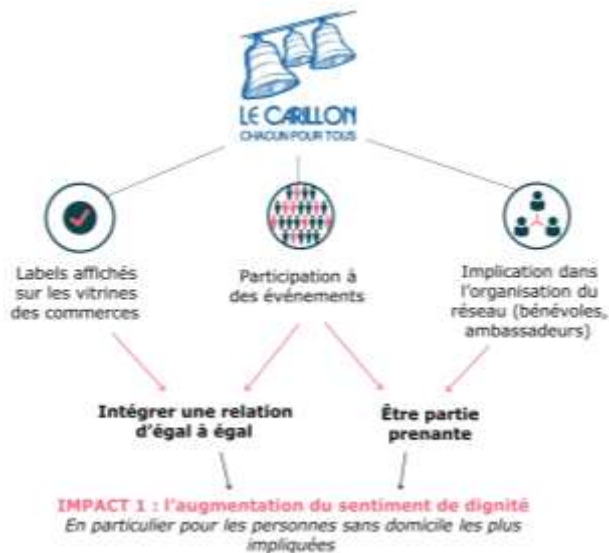
« La personne, ce n'est pas d'une pièce vraiment dont elle a besoin, elle a besoin de réconfort, de nouveau croire en elle, en ses capacités. » (extrait n°1, focus-group avec des personnes sans domicile ou anciennement sans domicile)

Par ailleurs, **la dimension participative au cœur du Carillon est fortement valorisée par les habitant-es et les commerçant-es** qui sont partie prenante du réseau. L'adhésion à cette dimension est d'autant plus importante que les relations d'aide horizontales, et basées sur une logique d'échange plus que de don unilatéral, peuvent parfois entrer en tension avec les pratiques des bénévoles des organisations d'action sociale². Or, dans le cadre du Carillon, le fait que les personnes sans domicile aient une place à part entière dans l'organisation est précisément ce qui est valorisé³.

²Céline Braconnier et Nonna Mayer (eds.), *Les Inaudibles. Sociologie politique des précaires*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015.

³Pour 94% des habitant-es, Le Carillon permet à tous ceux qui le souhaitent de participer au projet (n=167).

Infographie 1 – l’augmentation du sentiment de dignité



Impact 2 : un changement de regard sur les personnes sans domicile

Le deuxième impact du Carillon relève du changement de regard qui est porté sur les personnes sans domicile, au sein et en dehors du réseau (infographie 2).

Le Carillon permet d’abord à ses parties prenantes, et notamment aux habitant-es et aux commerçant-es, de **prendre conscience et de dépasser les préjugés qu’ils peuvent avoir sur les personnes à la rue**. Les échanges avec les personnes sans domicile sur leur expérience de la rue, mais pas seulement, les amènent en effet à se rendre compte qu’ils peuvent être eux-mêmes porteurs de stéréotypes. Un habitant explique ainsi en focus-group qu’il a réalisé, « *au contact du Carillon* », que les situations de précarité sont plurielles. Les échanges dans ce cadre lui ont permis, selon lui, de « *démystifier la pauvreté* », c’est-à-dire de ne pas la considérer comme une catégorie homogène éloignée de sa

propre réalité, et d’entrer dans une démarche de compréhension des trajectoires individuelles des personnes concernées (extrait n°2).

« Ça passe par démystifier la pauvreté, l’isolement. La pauvreté a plusieurs visages. Ça, ça permet de démystifier. Moi-même au contact du Carillon, ça m’a poussé à déconstruire. » (extrait n°2, focus-group avec des habitant-es impliqué-es dans le réseau)

A partir de cette première étape, les habitant-es et les commerçant-es peuvent être amené-es à **changer le regard des personnes qui les entourent, en en parlant autour d’eux**. 70% des commerçant-es déclarent évoquer leur engagement au Carillon auprès de leurs client-es et 51% auprès d’autres commerçant-es⁴. Les habitant-es parlent également des actions du Carillon aux personnes qui les entourent, et ce de différentes façons : en les présentant à des commerçant-es, en incitant des personnes à utiliser des bons ou des services dans des commerces, ou en participant à faire connaître les activités de l’association *via* les réseaux sociaux⁵.

De façon plus marquée encore, le fait, pour les personnes extérieures au réseau, de **voir des personnes sans domicile dans des lieux de sociabilité où elles sont habituellement peu présentes**, peut contribuer à faire changer les représentations sur les situations de rue. Ainsi, 92% des commerçant-es qui proposent des produits en attente déclarent que leurs client-es sont globalement sensibles à leur engagement, contre 55% de ceux qui n’en proposent pas (graphique 2). Or, les commerces qui proposent des produits en attente sont à titre principal des cafés, des bars et des restaurants⁶, c’est-à-dire des lieux où l’on peut faire l’hypothèse qu’il est souvent possible de consommer les produits en attente (en particulier repas, boissons) sur place, au même titre que les autres client-es.

⁴N=119.

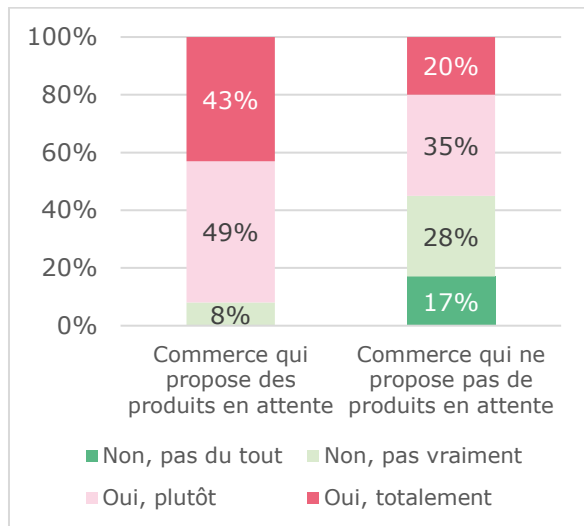
⁵51%, soit plus de la moitié, des répondant-es au questionnaire « habitant-es » déclarent parler souvent du Carillon autour d’eux (n=166).

agencephare

EVALUATION D’IMPACT SOCIAL DU PROJET « LE CARILLON »

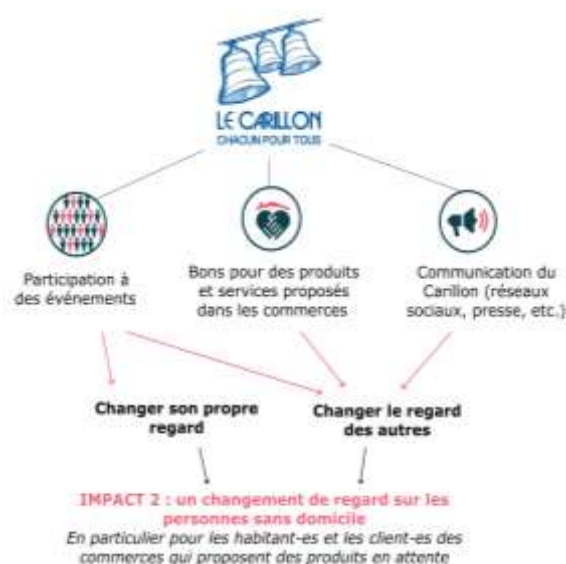
⁶56% des cafés et des bars et 38% des restaurants de l’échantillon proposent des produits en attente, contre 31% de l’ensemble des répondant-es (n=113).

Graphique 2 – « D’une manière générale diriez-vous que la plupart de vos clients sont sensibles à votre engagement au sein du Carillon ? »



Lecture : 43% des commerçant-es qui proposent des produits en attente sont totalement d'accord avec le fait que leurs client-es sont sensibles à leur engagement au sein du Carillon [base commerçant-es, n=117].

Infographie 2 – un changement de regard sur les personnes sans domicile



De cette façon, c’est le fait de « normaliser », c’est-à-dire de rendre visible et légitime, la présence de personnes sans domicile dans les commerces qui peut contribuer à faire évoluer le regard des client-es.

Impact 3 : la diminution de l’isolement des personnes sans domicile

Le troisième impact du Carillon porte sur la diminution de l’isolement des personnes sans domicile (infographie 3). Cet impact renvoie à l’objectif même du réseau, qui est de favoriser le lien social. Il est d’autant plus important que les personnes sans domicile sont particulièrement touchées par des situations de précarité relationnelle⁷ et que cette dimension, au-delà de l’aide « matérielle » qui peut être apportée par des organisations d’action sociale, reste relativement peu prise en compte.

D’abord, **Le Carillon favorise la création de nouveaux liens entre les personnes, avec ou sans logement**. Les événements en particulier sont l’occasion de rencontrer de nouvelles personnes : 85% des personnes sans domicile déclarent avoir échangé avec de nouvelles personnes dans ce cadre⁸. La création de lien social est d’ailleurs la raison principale qui est avancée par les habitant-es pour justifier leur engagement, qu’ils soient peu ou très impliqués dans le réseau du Carillon : pour 59% des habitant-es, c’est le rôle que joue Le Carillon dans la création de lien social entre les gens qui donne envie de s’y investir⁹. Dans les commerces, Le Carillon favorise également des échanges entre les personnes sans domicile et les client-es des commerces, à condition que les commerçant-es jouent un rôle de facilitateur et que les personnes sans domicile aient la possibilité de passer du temps sur place.

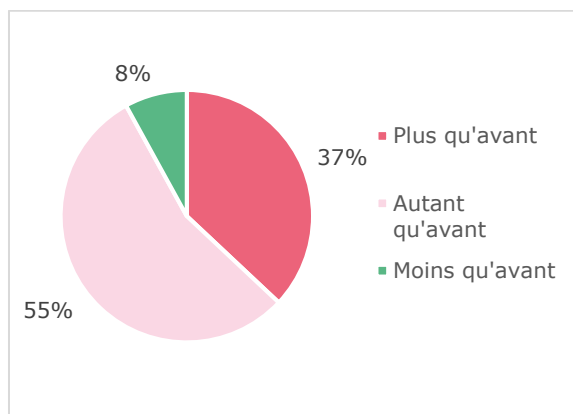
⁷INSEE, « Les sans domicile », *Economie et statistique*, 2016, n° 488-489.

⁸N=100.

⁹N=168.

Ensuite, **Le Carillon permet un élargissement des lieux de sociabilité**, en particulier pour les personnes sans domicile qui sont les plus impliquées dans le réseau, à deux niveaux. D'une part, la participation au Carillon favorise une meilleure appropriation des lieux de vie des personnes qui vivent à la rue. La fonction du « quartier » (espace de vie aux frontières variables¹⁰) comme lieu de sociabilité en est alors renforcée : 37% des personnes sans domicile, déclarent discuter plus souvent avec les habitant-es de leur quartier depuis qu'ils connaissent Le Carillon (graphique 3). Cet effet s'observe particulièrement sur les personnes les plus investies dans le réseau.

Graphique 3 – « Depuis quand vous connaissez le Carillon, diriez-vous que vous discutez avec les habitants du quartier où vous vivez ? »



Lecture : 55% des répondant-es déclarent discuter autant qu'avant avec les habitant-es du quartier où ils vivent [base personnes sans domicile, n=101].

D'autre part, le passage de lieux de vie à lieux de sociabilité est facilité par la fréquence à laquelle se rendent les personnes dans les mêmes commerces. C'est en effet par l'habitude de se croiser que les opportunités d'échange au sein d'un quartier peuvent se créer.

Infographie 3 – la diminution de l'isolement des personnes sans domicile



Impact 4 : un renouvellement des formes d'engagement

Le quatrième impact du Carillon est relatif au renouvellement des formes d'engagement qui s'observe dans le champ de l'action sociale dans lequel s'insère le réseau : **Le Carillon favorise et encourage d'autres façons de s'engager** (infographie 4).

D'abord, le projet du Carillon est **adapté aux contraintes spécifiques qui sont liées à la nature commerciale de l'activité des commerçant-es**¹¹ et qui peuvent constituer de véritables freins à leur engagement. En rendant possible un engagement dans le cadre même de leur activité professionnelle, Le Carillon met en réseau des commerçant-es qui mettaient déjà en place, de façon isolée, des actions de solidarité envers les personnes en situation de précarité.

¹⁰ Anne-Lise Humain-Lamoure et al., « Les quartiers des Parisiens » dans *Paris sous l'oeil des chercheurs*, Paris, Belin, 2007, p. 21-38.

¹¹ 85% des commerçant-es jugent que le projet du Carillon est adapté à leur activité commerciale (n=118).

Le Carillon **répond par ailleurs aux attentes des habitant-es parce qu'il leur fournit un cadre leur permettant « d'aller vers » les personnes sans domicile**, c'est-à-dire d'être acteurs à l'échelle de leur quartier et de dépasser le sentiment d'impuissance qu'ils peuvent être amenés à ressentir en tant que « passant-es » (extrait d'entretien n°3).

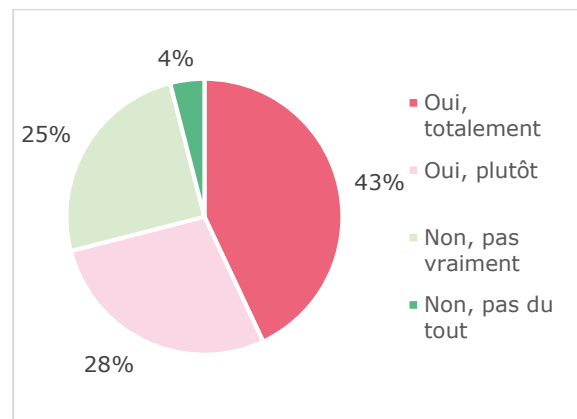
« Je suis Parisien, dans une ville riche, et ça me choque de voir toute l'année des gens dehors et rien ne change. Donc [ça] permet d'avoir cet engagement [...] très concret. » (extrait n°3, focus-group avec des habitant-es impliqués dans le réseau)

En plus du caractère très localisé des actions qui sont mises en œuvre, **la diversité et la souplesse des modalités d'engagement proposées dans le cadre du Carillon sont valorisées** par les habitant-es : 84% des répondant-es au questionnaire « habitant-es » considèrent que s'engager au Carillon n'est pas contraignant¹². Prendre part aux activités du réseau entre donc en contraste avec des formes d'engagement qui seraient jugées, en particulier par les jeunes, trop formelles, dans des structures hiérarchiques¹³. A distance d'un militantisme associatif très normé, Le Carillon est un espace d'engagement « à la carte », qui peut évoluer dans le temps. Les liens avec d'autres associations d'action sociale sont néanmoins étroits – une partie des bénévoles le sont dans plusieurs structures. De ce fait, l'étude va dans le sens du constat d'une diversification des modes d'engagement bénévole plus que d'un basculement vers un engagement qui serait de plus en plus volatile et ponctuel¹⁴.

La particularité du Carillon est enfin de constituer un **espace d'engagement pour les personnes sans domicile elles-mêmes**. Elles sortent ainsi d'un simple rôle de réceptrices des actions qui leur sont destinées et voient leurs contributions valorisées. La promotion du bénévolat pour les

personnes en situation de précarité répond à une volonté d'engagement, en particulier chez les plus jeunes : 71% des répondant-es au questionnaire déclarent qu'ils souhaiteraient s'engager plus dans les activités du Carillon (graphique 4).

Graphique 4 – « D'une manière générale, diriez-vous que vous souhaiteriez vous engager plus dans les activités du Carillon ? »



Lecture : 4% des répondant-es déclarent qu'ils ne souhaitent pas du tout s'engager plus dans les activités du Carillon [base personnes sans domicile, n=106].

Les trajectoires d'engagement des pairs peuvent encourager la participation d'autres personnes sans domicile. En ce sens, la figure des « ambassadeurs », bénévoles qui contribuent à la transmission de l'information dans le réseau, est structurante et révélatrice du principe d'horizontalité qui prévaut au sein du réseau du Carillon.

¹²N=167.

¹³Anne Muxel, *L'expérience politique des jeunes*, Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P), 2001.

¹⁴Lionel Poutreau, *Le bénévolat en France en 2017, état des lieux et tendances*, 2018.

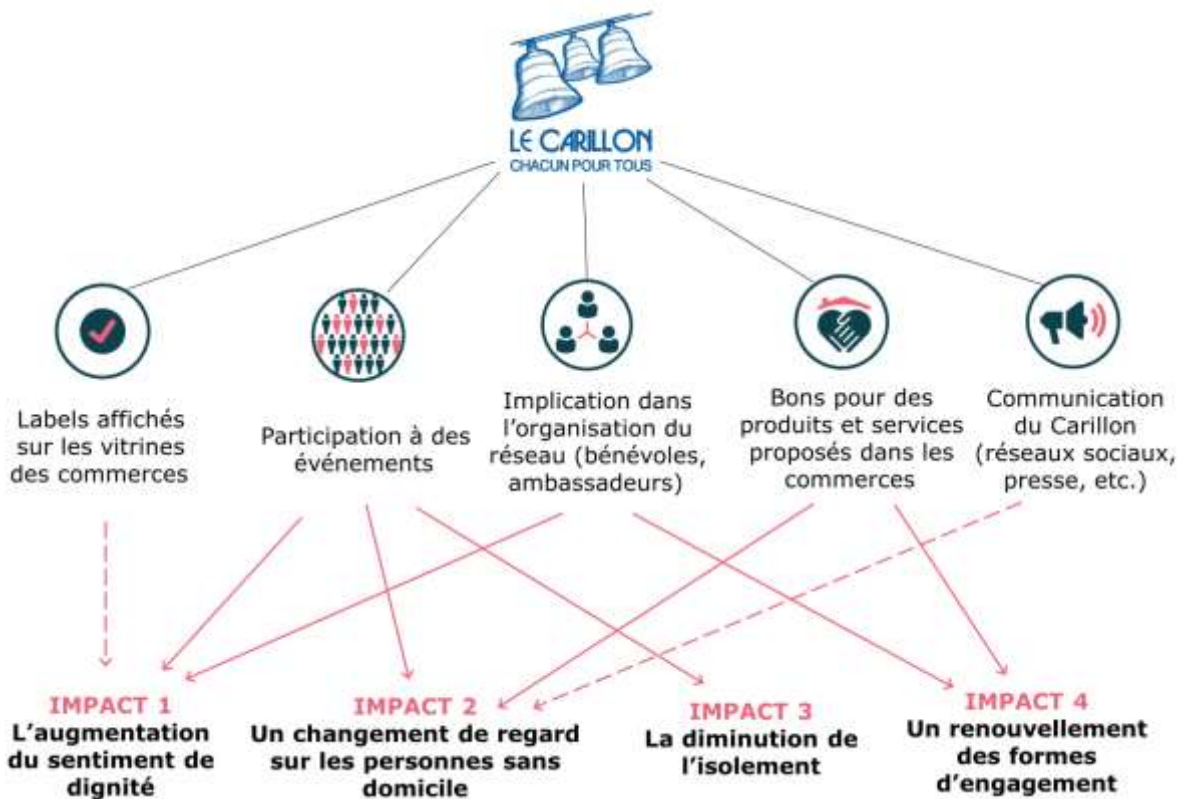
Infographie 4 – un renouvellement des formes d’engagement



Conclusion

L'évaluation permet donc d'identifier quatre impacts diversifiés du Carillon sur ses parties prenantes. En impliquant pleinement les personnes sans domicile, Le Carillon participe à l'augmentation de leur sentiment de dignité. Il contribue ensuite à un changement de regard, au sein et au-delà du réseau, sur les situations de rue. En favorisant la création de liens entre ses membres, Le Carillon diminue par ailleurs l'isolement auquel les personnes sans domicile peuvent être confrontées. Enfin, le réseau, parce qu'il propose des modalités d'implication diversifiées, renouvelle les formes d'engagement existantes dans l'action sociale et permet à toutes, y compris aux personnes sans domicile, de s'engager dans des activités associatives.

Infographie 5 – les impacts sociaux du projet du Carillon



Bibliographie

BRACONNIER Céline et MAYER Nonna (eds.), *Les Inaudibles. Sociologie politique des précaires*, Paris, Presses de Sciences Po, 2015.

HUMAIN-LAMOURE Anne-Lise, GUERIN-PACE France, FLEURY Antoine et RHEIN Catherine, « Les quartiers des Parisiens » dans *Paris sous l'oeil des chercheurs*, Paris, Belin, 2007, p. 21-38.

INSEE, « Les sans domicile », *Economie et statistique*, 2016, n° 488-489.

MUXEL Anne, *L'expérience politique des jeunes*, Paris, Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P), 2001.

POUTREAU Lionel, *Le bénévolat en France en 2017, état des lieux et tendances*, 2018.

agence**phare**