




(2) Evolution des comportements et de l'intérêt suscité par le projet :

Déterminez, au moyen d'entretiens individuels et de sondages, si les participants ont bien assimilé le message véhiculé par la campagne.

Si possible, vérifiez que les changements constatés au niveau du degré de sensibilisation, du comportement ou des attitudes sont directement imputables au poster Display et autres mesures prises dans le cadre de la campagne. D'autres facteurs peuvent en effet intervenir (campagne dans la presse ou autres mesures d'économie d'énergie menées en parallèle).

Exemples de questions qu'il serait intéressant de poser :

- Combien de bâtiments / services / bureaux ont affiché le poster ?
- Quel retour d'information avez-vous des bâtiments / services / bureaux qui participent à la campagne ?
- Dans quelle mesure les groupes cibles (à savoir les visiteurs) ont été sensibilisés à la problématique ?
- Combien de demandes et suggestions avez-vous reçu d'acteurs externes (autres partenaires, municipalités, ONG, etc.) ?
- ...

 *Le service intranet de la Ville de Bristol (UK) propose également un sondage d'opinion hebdomadaire sous forme d'un questionnaire à choix multiple sur un thème particulier afin d'évaluer la réaction du public aux posters.*



Lors de l'analyse de ces données (questionnaires, entretiens, groupes de discussions etc.), commencez toujours par rappeler vos objectifs d'évaluation. Cela vous aidera à mieux analyser les données et à déterminer si les efforts accomplis sont en adéquation avec les résultats obtenus.

Vous trouvez en page suivante une liste des méthodes d'évaluation possibles.

Plusieurs indicateurs de résultat peuvent vous aider à évaluer votre campagne de sensibilisation :

MESURES	OBJECTIF	OUTILS
Quantitatives		
Suivi des médias	Déterminer le taux de couverture de la campagne dans les médias	Etablir la liste des articles, émissions de télévision, etc. qui ont traité de la campagne
Suivi de la consommation d'énergie	Evaluer la quantité d'énergie économisée	Analyser les données 1. Manuellement 2. Tableurs 3. Logiciel de gestion de l'énergie Et comparez-les aux objectifs
Qualitatives		
Sondage usagers	Déterminer si les attitudes / comportements ont changé	Entretiens avec de petits groupes d'usagers
Sondage auprès du personnel	Analyser le travail effectué, les expériences partagées et les comportements	Organiser des réunions avec le personnel (si possible à intervalle régulier)
Sondage auprès des visiteurs	Evaluer l'impact de la campagne sur les visiteurs	Appels téléphoniques auprès d'un certain nombre de clients etc.

L'établissement de **documents** reprenant l'ensemble des activités mises en place dans le cadre de la campagne et son évaluation finale est un bon moyen de mettre à jour et améliorer votre projet. Les résultats des évaluations pourront ainsi être utilisés pour vos prochaines campagnes.