

Course du Cœur 2017

Partenariat APS / TRANS-FORME

Enquête d'évaluation par la promotion des BPJEPS AGFF 3

Action Prévention Sport

7, rue Roland Martin – 94500 Champigny-
sur-Marne

Tél. : 01.48.85.08.32 – Fax :

01.48.85.16.98

E-mail : aps@actionpreventionsport.fr

N° Siret 40093573000053 Code APE :

9312 Z



Les objectifs

- Proposer à l'association TRANS-FORME d'«Evaluer la sensibilisation au don d'organes et à la Course du Cœur des employés des entreprises qui y participent.»
- Mener un travail qui répond aux besoins des stagiaires de la promotion BPJEPS AGFF 3 dans leur parcours de formation,

Démarche auprès de stagiaires :

1. Sensibiliser les stagiaires à l'évènement, notamment en leur permettant de :
 - Mieux comprendre qui est APS (les enjeux de la structure)
 - D'identifier ce qu'est la course du cœur (les enjeux de l'évènement)
 - Les sensibiliser au don d'organe (les enjeux de la cause)
2. Former les stagiaires à l'exercice de recueil de données par la réalisation d'un questionnaire dans le cadre d'une commande
3. Mettre en œuvre ce questionnaire, synthétiser les données et les analyser afin de faire une restitution au commanditaire

Démarche auprès des entreprises

- Leur présenter APS et notre démarche,
- Identifier les entreprises pouvant nous accueillir pour cette première édition d' « enquête »,
- Mettre en place un temps de recueil des données (enquête) dans les entreprises auprès des salariés, concernés ou non par la Course du Cœur,
- Restituer les résultats à chaque entreprise.

Bilan général

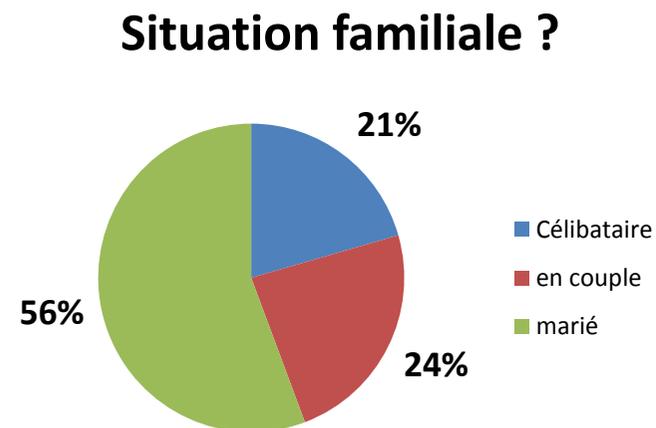
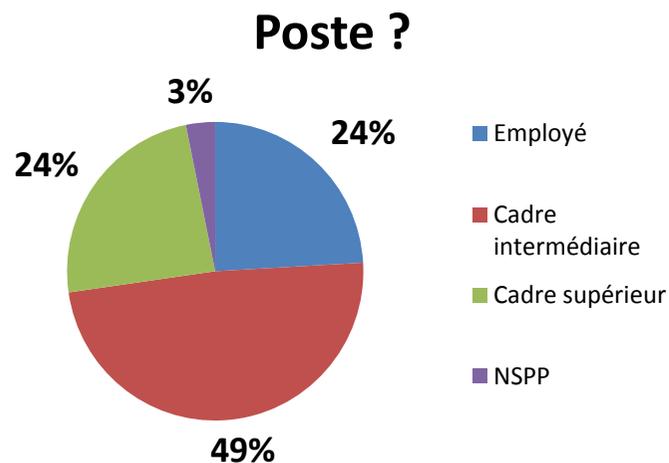
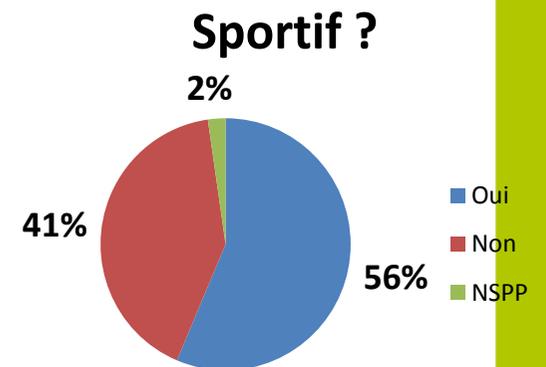
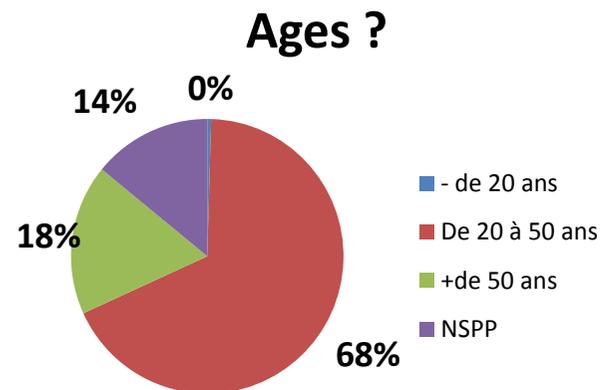
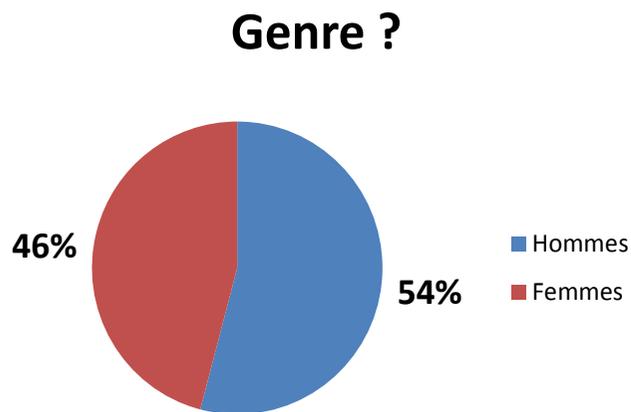
- 8 demi journées de travail pour les stagiaires,
- 3 entreprises touchées (sur 25 sollicitées) :
 - SILCA,
 - VM WARE,
 - SCC (sur deux site),
- 220 questionnaires recueillis,
- Un très bon accueil des stagiaires au sein des entreprises.

Résultats

Sommaire :

- Profil des personnes interrogées
- Connaissances et communication sur l'évènement au sein des entreprises
- Connaissances et communication sur le don d'organe au sein des entreprises

Profil des personnes interrogées



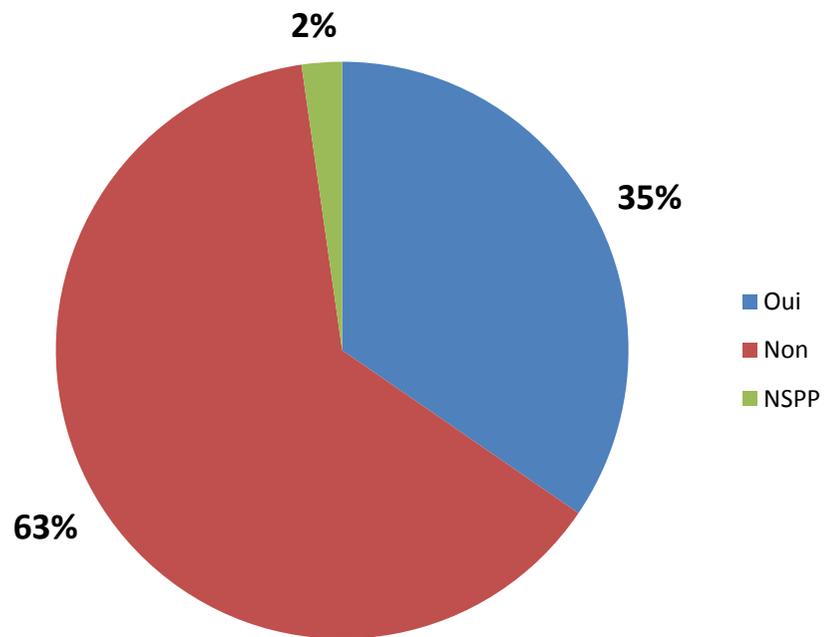
Commentaires

Les personnes interrogées sont sensiblement représentatives de la population active française, sauf en ce qui concerne le type de poste où les cadres sont beaucoup plus représentés :

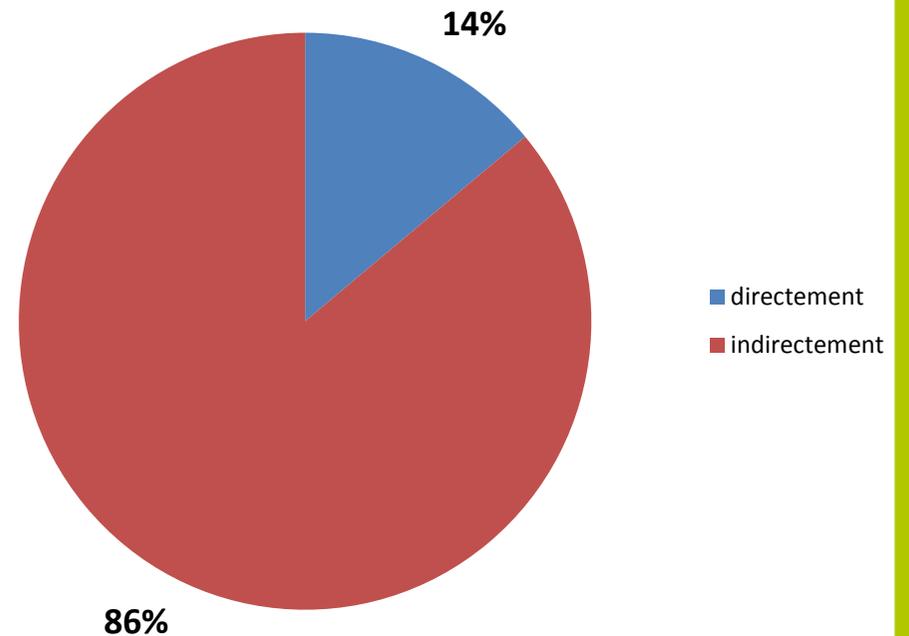
- Parité homme/femme,
- Age : au 2/3 entre 20 et 50 ans,
- Sportif à plus de 50% (au dessus de la moyenne national 43%)
- $\frac{3}{4}$ sont des cadres (dont 50% cadres intermédiaires),
- Au $\frac{3}{4}$ en couple ou marié.

Profil des personnes interrogées

Concerné par le don d'organe ?



Concerné comment ?

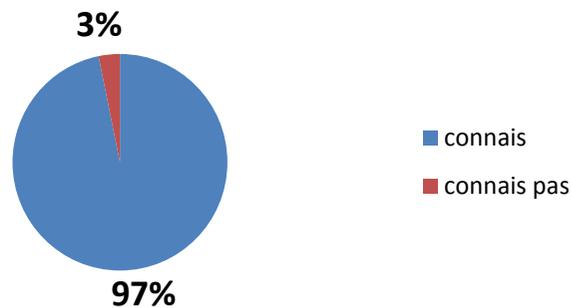


Commentaires

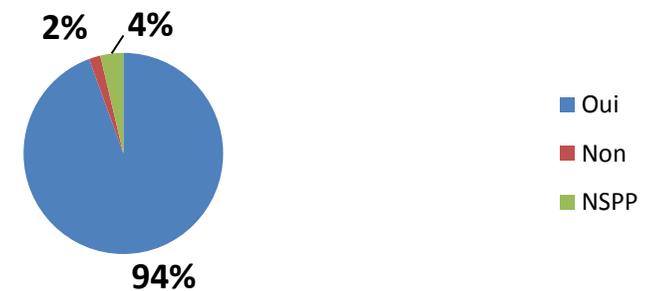
- Au 2/3 les personnes interrogées ne sont pas personnellement concernées par la question du don d'organe.
- Le 1/3 des personnes concernées le sont essentiellement de manière indirecte, c'est-à-dire par le biais de connaissance personnelle et/ou professionnelle.

Connaissances et communication sur l'évènement au sein des entreprises

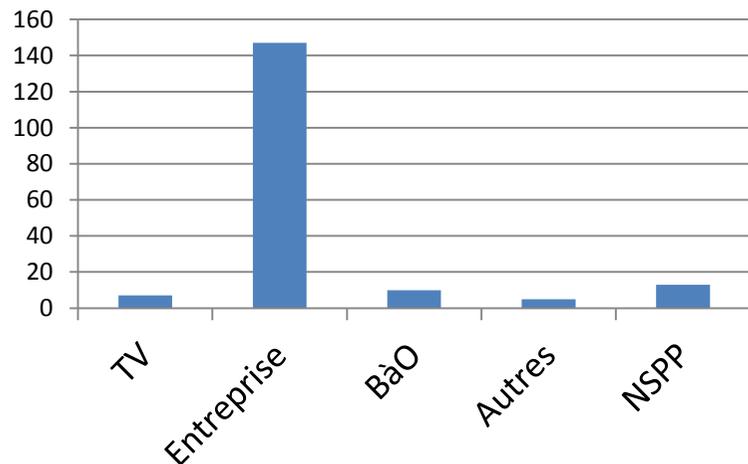
Course du coeur ?



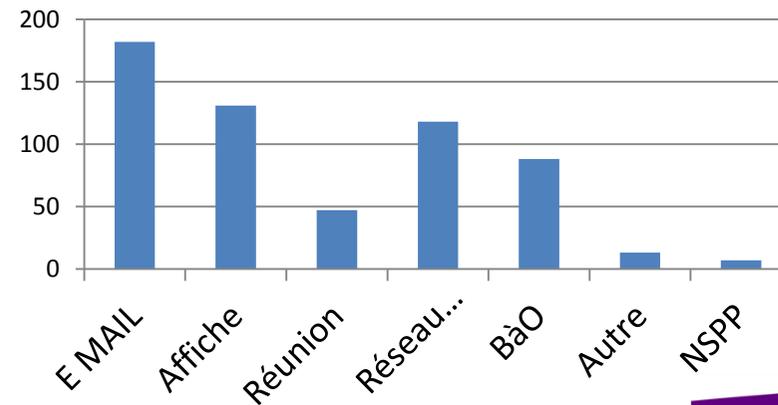
Participation de mon entreprise ?



Comment ?



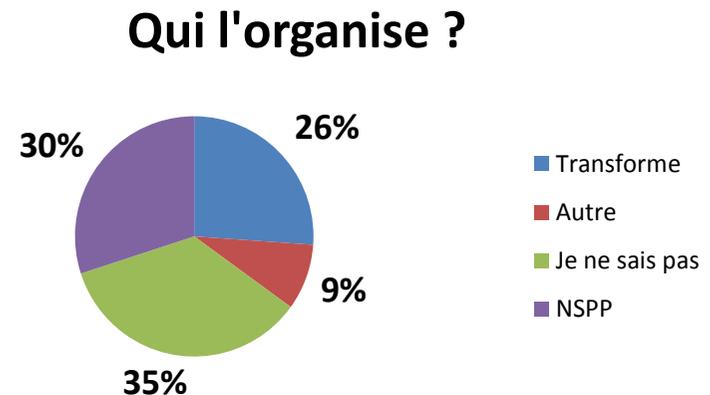
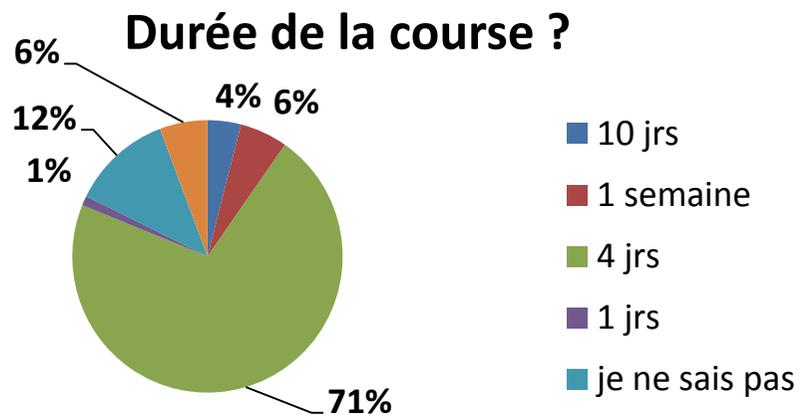
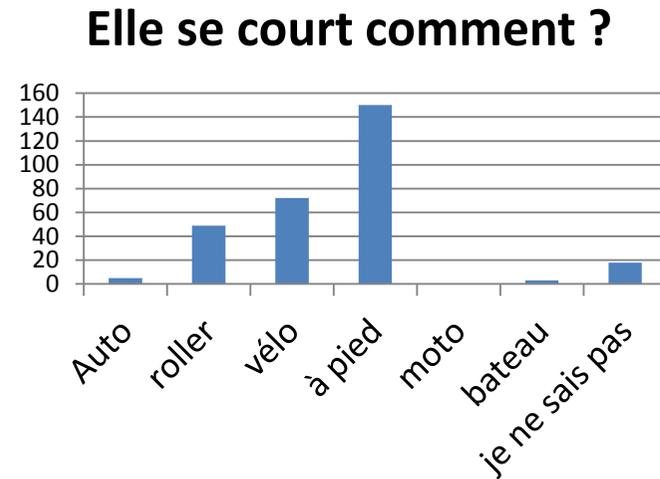
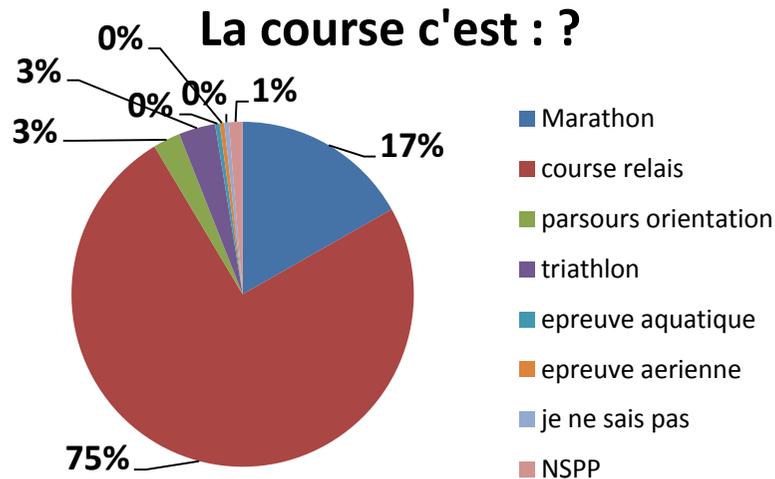
Support de communication ?



Commentaires

- La Course du Cœur est un évènement que les salariés ont bien identifié.
- De ce point de vue les entreprises ont très bien communiqué en interne sur la Course du Cœur.
- Les principaux supports d'information sont les outils de communication dématérialisés (mail, réseau sociaux) mais aussi l'affichage et le bouche à oreille.
- Toutefois, nous le verrons plus loin, cette information a ses limites.

Connaissances et communication sur l'évènement au sein des entreprises

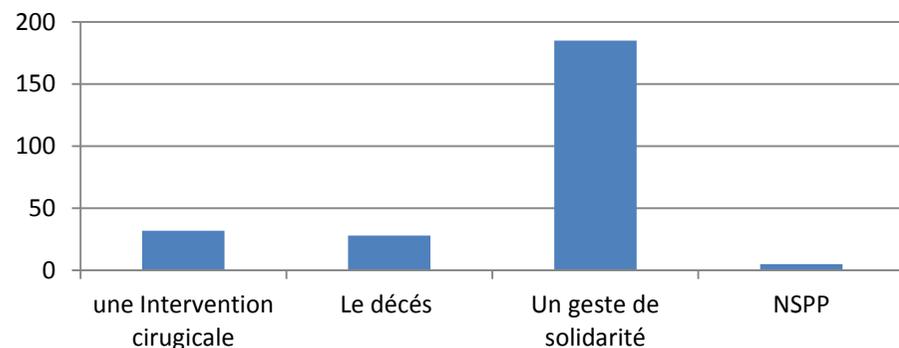


Commentaires

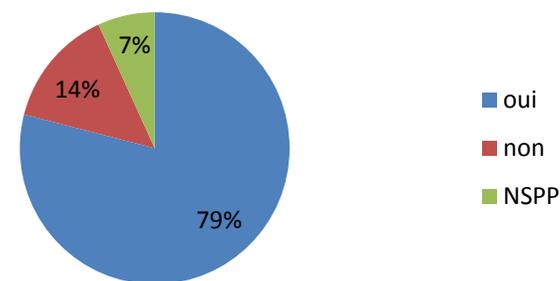
- A travers l'enquête nous faisons ici le constat d'un paradoxe : les personnes sont informées de l'évènement mais ne le connaissent pas bien.
- En effet, quand il s'agit d'expliquer plus spécifiquement comment se déroule la Course du Cœur, les réponses sont disparates.
- Il est à noter que seul 1/4 des personnes interrogées ont identifié TRANS'FORME comme l'organisateur de la course du cœur.

Connaissances et communication sur le don d'organe au sein des entreprises

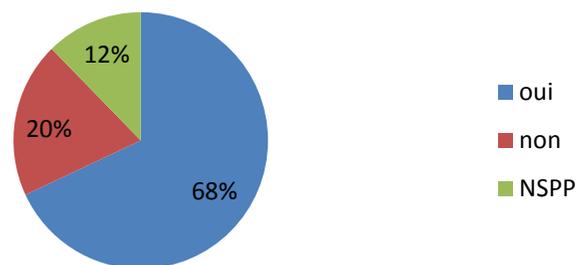
Le don d'organe c'est ?



Donneriez-vous un organe ?



Le don est-ce gratuit ?

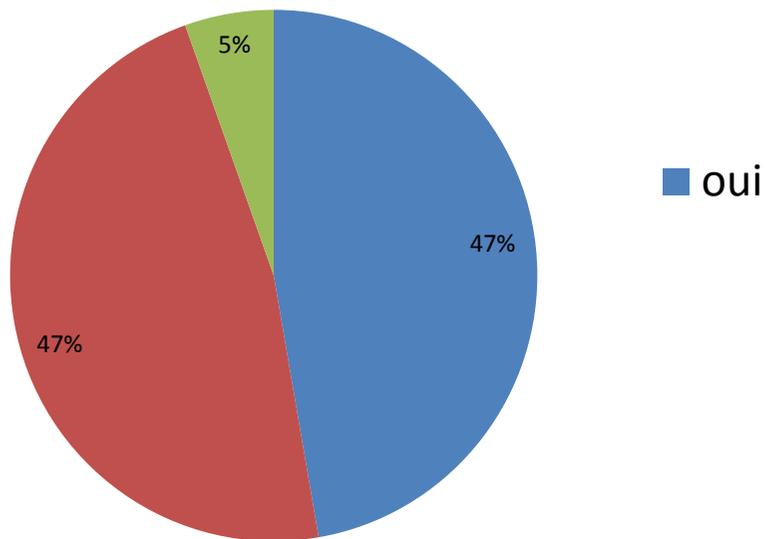


Commentaires

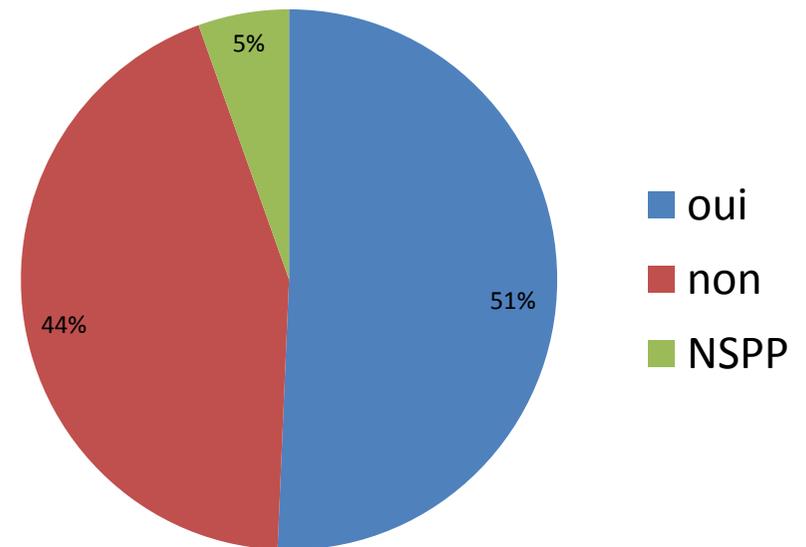
- Le don d'organe porte une valeur de solidarité importante dans laquelle les personnes interrogées s'inscrivent.
- Il est à noter que la gratuité du don d'organe n'est acquise que pour 2/3 des personnes.

Connaissances et communication sur le don d'organe au sein des entreprises

L'entreprise a-t-elle communiqué sur le don ?



Connaissez-vous la loi ?



Commentaires

- Ces derniers graphiques mettent en évidence que si les entreprises ont communiqué sur l'évènement qu'est la Course du Cœur, les personnes interrogées expriment le sentiment d'avoir eu moins d'information sur le don d'organe.

Conclusion

- Ce travail d'enquête nous montre que les entreprises qui y ont participé ont réalisé un travail important de communication.
- Cette analyse met en avant 2 points à travailler prioritairement :
 - L'identification de Trans-Forme
 - La connaissance et les enjeux du don d'organes

Conclusion

- Si l'enquête amène un regard intéressant sur la sensibilisation au don d'organes et à la Course du Cœur que les entreprises qui y participent ont mis en place, celle-ci est à relativiser car seulement 3 sur 25 ont participé.
- En tout état de cause, les structures qui nous ont accueillis ont extrêmement facilité la mise en place de ce travail.

Remerciements

- Un très grand remerciement aux entreprises pour leur accueil, même si elle n'ont pas toutes eu les moyens de nous accueillir.
- Félicitations aux stagiaires pour la qualité du travail fourni, même si la motivation n'était pas toujours au rendez-vous.
- Un grand remerciement à TRANS-FORME, tant pour la qualité de l'évènement que pour l'accueil qui nous y est réservé.