Rapport d'impact 2024

BLUTOPIA

Edito

Vous vous apprêtez à lire le **premier rapport d'impact** de Blutopia. Votre asso préférée mène des campagnes d'impact autour de **3 piliers** (inspirer, former, agir) avec une mission claire : réinventer notre alimentation pour préserver l'océan. Qui dit **campagne d'impact**, dit donc **impact**. Mais lequel ?

Depuis sa création en 2018, Blutopia a pour mot d'ordre la **transparence**. Ce rapport d'impact marque une étape essentielle dans cette démarche : il nous permet de témoigner de l'**efficacité de nos actions**, tout en identifiant les **axes de progrès**. Et ça tombe à pic ! Les préparatifs pour la prochaine campagne sont lancés avec une sortie du troisième documentaire prévue en 2026. C'est donc le moment idéal de regarder de plus près à nos impacts et aborder avec **sérénité** la **nouvelle campagne Les bonnes vivantes**.

Mais cette première mesure d'impact n'est pas seulement un bilan des actions menées, c'est aussi un **engagement** envers vous, partenaires, bénévoles ou bénéficiaires de Blutopia. Avec ce rapport d'impact, on veut vous montrer que votre soutien a un véritable impact sur le terrain (ou devrais-je dire sur l'océan !). On espère que ce rapport fera naître en vous une **vague d'espoir** et quelques sourires. Car oui, chez Blutopia, on aime les blagues.

Pour vous mettre l'eau à la bouche et vous convaincre que les prochaines pages seront croustillantes, voici un des impacts dont on est le plus fier·e·s :

Grâce à toutes les actions de Blutopia, **86% de nos bénéficiaires affirment avoir rendu leur alimentation plus soutenable** (plus végétale, bio et/ou locale). Ça a permis d'économiser jusqu'à **6 000 tonnes de CO2e**.

Vous ne nous croyez pas ?! On vous laisse lire le rapport d'impact pour vous le prouver.

“

Au fait, si vous vous demandez qui a écrit ce rapport, voilà ma tête pour que vous mettiez un visage sur cette première mesure d'impact. Après un stage chez Blutopia en 2021, je suis revenue en avril dernier pour un service civique avant de continuer en CDI depuis décembre. Elle est pas belle la vie ?

Léandre Bouffard

Chargée de communauté chez Blutopia

Sommaire

Blutopia en 1 page 04

Les impacts recherchés 05

Résumé du rapport en 2 minutes top chrono 07

Une mesure d'impact, c'est quoi ? 08

Méthodologie 09

Impact social 10

- Inspirer 11
- Former 14
- Agir 19

Toutes et tous faire société 26

Impact environnemental 27

Cap sur 2025 30

Blutopia en 1 page

Blutopia est une association reconnue d'intérêt général qui **réinvente notre alimentation pour préserver l'océan**.

2
campagnes d'impact

3
piliers d'actions

9
actions menées en 2024

De l'assiette à l'océan

La campagne d'impact actuelle De l'assiette à l'océan s'appuie sur 3 piliers :

Inspirer avec des documentaires pour changer les imaginaires collectifs et faire émerger de nouveaux récits plus désirables.

Former avec des outils pédagogiques et le podcast ondine pour apporter plus de connaissances sur les enjeux liés à l'alimentation et l'océan.

Agir avec des livres de recettes, des ateliers culinaires pour faciliter la transition vers une alimentation plus soutenable.

Dernier point : pour déployer ses actions, on a la chance de compter sur d'incroyables **ambassadeurices**.

Les valeurs de Blutopia

Depuis sa création en 2018, Blutopia agit en adéquation avec les valeurs suivantes :

- Oser **agir** ensemble
- Inspirer et transmettre de manière **accessible** et **agréable**
- **Accompagner** sans jugement
- Ne jamais cesser **d'apprendre** et de se **questionner**
- S'exprimer en toute **liberté** et **transparence** pour rester intègre
- Revenir à **l'essentiel**
- Garder un état d'esprit **positif**

C'est aussi avec ces valeurs en tête qu'on a réalisé ce rapport d'impact.

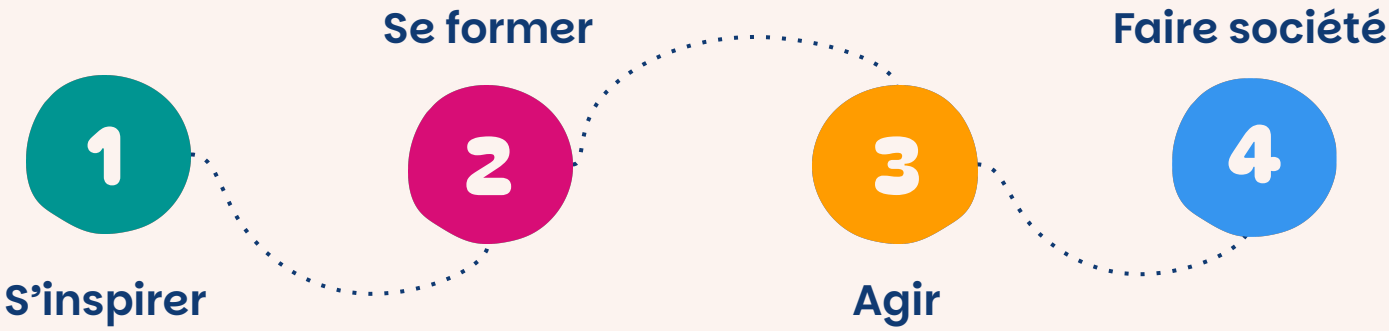
Pour plus d'informations sur Blutopia, on vous invite à consulter le **rapport d'activité 2024**.

Les impacts recherchés

La théorie du changement

Pour expliquer le changement que Blutopia souhaite advenir dans la société, l'équipe terrain s'est regroupée en **avril 2024** pour réfléchir collectivement à notre **théorie du changement**. La voici !

Blutopia propose de s'inspirer, de se former et d'agir, afin de tous et toutes faire société.



1 **S'inspirer face à la beauté de l'océan.** Avec Blutopia, vous pouvez vous émerveiller devant la beauté de l'océan. Ça vous provoque des émotions et ça vous fait prendre conscience de son importance dans l'équilibre de la planète et du vivant.

2 **Se former pour obtenir des clés de compréhension.** Pour faire vos choix en pleine conscience, vous vous formez au travers des actions de Blutopia. Ça vous apporte des clés de compréhension. Vous avez donc connaissances des solutions et des actions concrètes à mettre en place. L'important est de réaliser qu'il est possible de se faire plaisir tout en ayant une alimentation qui ne détraque pas l'océan.

3 **Agir à différentes échelles.** Vous pouvez agir à l'échelle individuelle, avec des petits pas : végétaliser votre alimentation, privilégier le bio et consommer des produits locaux et de saison. Vous pouvez ensuite partager vos connaissances et actions à votre entourage pour augmenter la portée des actions. Et enfin, vous pouvez rejoindre un collectif pour agir à plus grande échelle. Blutopia souhaite rendre le changement accessible et cela sous différentes formes en fonction de votre avancée sur la route du changement.

4 Afin de **toutes et tous faire société**, autour du partage et de la construction de nouveaux imaginaires collectifs et de nouveaux récits pour une alimentation soutenable pour l'océan. Dans ces nouveaux imaginaires, les algues deviennent un aliment commun et démocratisé pour les Françaises et Français.

L'enquête s'appuie sur cette **théorie du changement** et analyse l'impact de chaque "étape" sur les bénéficiaires, afin de comprendre réellement la contribution de Blutopia pour **faire émerger** cet intérêt et cet **émerveillement pour l'océan**. On souhaite préciser les connaissances transmises qui mènent ensuite à un **passage à l'action**, que ces actions soient individuelles et/ou collectives. L'objectif principal de cette enquête est de comprendre la création d'une société basée sur de **nouveaux récits** et imaginaires autour d'une alimentation soutenable et d'une place centrale des algues dans l'assiette des Françaises et Français.

Trop ambitieux ? C'est ce qu'on va voir en jetant un coup d'oeil à cette toute **première mesure d'impact**.

Résumé du rapport en 2 minutes top chrono

En 2024, Blutopia a mené sa toute première mesure d'impact.

Voilà ce que ça donne :

10 mois d'enquête

6 actions analysées

550 personnes interrogées

Et concrètement ?

INSPIRER

80% des participant·e·s ont été inspiré·e·s.

FORMER

75% des participant·e·s ont acquis de nouvelles connaissances.

AGIR

96% des participant·e·s sont passé·e·s à l'action.

Ouf ! Nous voilà rassuré·e·s. **Blutopia a bel et bien un impact**.

Psst, ces pourcentages sont calculés pour les participant·e·s des actions relatives à chaque pilier, et à partir des réponses à l'enquête.

85%

de nos bénéficiaires ont transitionné vers une alimentation plus soutenable.

83%

ont adopté une attitude positive envers les algues.

6 000

tonnes de CO2 ont été évitées grâce aux actions de Blutopia.

Une mesure d'impact, c'est quoi ?

La mesure d'impact sert à s'assurer de la contribution de Blutopia dans la transition vers une alimentation bonne pour nous et bonne pour l'océan, mais aussi dans la transformation des modes de pensées des Françaises et Français.

Les objectifs

On souhaite mesurer notre impact pour nous, mais aussi pour vous. En interne, ça nous permet de **faire des choix** sur les projets à venir, d'**adapter** nos contenus, de **valoriser** notre travail, de nous **motiver** et de **mieux connaître** nos bénéficiaires.

En externe, mesurer notre impact donne de la **crédibilité** aux actions de Blutopia, vous **fidélise** et **fédère** une communauté encore plus forte autour de l'association.

Les impacts qui nous intéressent

L'impact social

C'est "l'ensemble des conséquences [...] des activités d'une organisation tant sur ses parties prenantes externes (bénéficiaires, usagers, client·e·s) directes ou indirectes de son territoire et internes (salarié·e·s, bénévoles, volontaires), que sur la société en général." *(Conseil supérieur de l' économie sociale et solidaire, 2011)*

L'impact environnemental

Qu'est-ce que cela veut dire pour l'océan ? Même s'il est difficile de mesurer de manière scientifique l'impact environnemental (par exemple le nombre de kg de CO2 évités grâce à Blutopia), on a quand même voulu se lancer le défi et tenter des calculs pour avoir un ordre d'idée.

10

mois d'enquête d'avril à janvier 2025

6

actions suivies

550

répondant·e·s
(qui ont été anonymisé·e·s dans ce rapport)

Méthodologie

La mesure d'impact a suivi la démarche suivante :

- **Définition de la théorie du changement** de Blutopia et des hypothèses d'impact pour chaque action
- **Rédaction des questionnaires** à partir d'un tableau d'indicateurs et d'impacts
- **Distribution des questionnaires** aux bénéficiaires à la fin de chaque action et quelques mois après
- **Collecte** des réponses
- **Analyse finale** des résultats

Limites de l'enquête

Parce qu'on a dit que le maître-mot, c' était la **transparence**, on vous partage aussi les limites de notre démarche :

- **Découverte de la mesure d'impact** avec la première enquête pour Blutopia
- **Manque de points de comparaison** entre le avant et l'après-action
- **Faible taux de réponses** pour le podcast, la newsletter et le livret de recettes qui ne permettent pas de représenter les bénéficiaires
- **Manque de suivi** de l'impact **sur le long terme**

IMPACT SOCIAL

INSPIRER

Le documentaire

De l'assiette à l'océan, c'est le documentaire qui inspire et répond à la question "Comment peut-on se faire plaisir en mangeant, sans détraquer l'océan ?"

Le documentaire a été visionné par presque **3 000** personnes en 2024 dont **1 460** depuis le début de l'enquête. Au total, **300 personnes** ont répondu à notre enquête, soit 21%.

Les spectateurices

2/3

des spectateurices préfèrent les documentaires pour parler du sujet de la préservation de l'océan.

1/5

des spectateurices étaient très engagé·e·s dans la préservation de l'océan avant de visionner le documentaire.

Le profil type de nos spectateurices est une **femme** de **30 ans**, **salariée**, **omnivore** et **plutôt engagée** pour la préservation de l'océan. Elle est intéressée par le sujet et **aime regarder des documentaires** pour se documenter.

58%

des spectateurices sont des femmes.

30 ans

c'est la moyenne d'âge des spectateurices qui ont entre 18 et 70 ans.

1/5

des spectateurices étaient omnivores avant le visionnage.
(mais ça, c'était avant !)

80%

des spectateurices se sont senties inspiré·e·s et/ou motivé·e·s en regardant le documentaire.

100%

sont maintenant plus engagé·e·s pour la préservation de l'océan.

2

émotions principales ont été ressenties par les spectateurices : inspiration et motivation.

Le documentaire inspire

Les principaux objectifs du documentaire De l'assiette à l'océan ? **Inspirer**, **émerveiller** mais surtout **susciter l'envie d'agir** chez les spectateurices.

"Merci pour ce documentaire inspirant qui mêle beaucoup d'émotions et qui fait du bien quant à ma foi en l'humanité. Merci pour votre engagement sincère."
Barbara, 49 ans

"Très beau film, inspirant et positif. Il ne polarise pas."
Henri, 38 ans

Au delà de produire des émotions positives, le documentaire a pour but de **rendre l'engagement écologique désirable et joyeux**. C'est chose faite avec **100%** des spectateurices qui se sentent **plus engagé·e·s** pour la préservation de l'océan après le visionnage !

De plus, après l'inspiration et la motivation, iels évoquent également l'**optimisme** : une émotion qui en dit long sur l'impact du documentaire que Blutopia a voulu **inspirant** et **positif** avec un passage à l'action **optimiste** et **motivant**.

Le documentaire forme et fait passer à l'action

Le documentaire transmet des **clés de compréhension** sur les liens entre notre assiette et l'océan. Avec ces connaissances, les spectateurices ont envie de passer à l'action et ont pu opérer des changements dans leurs habitudes alimentaires.

"Le film était très beau, les sujets abordés l'étaient suffisamment en profondeur pour comprendre les problématiques mais aussi pour avoir des solutions et des alternatives et ne pas rester dans l'inaction."
Amandine, 21 ans

52%
ont questionné leur alimentation.

59%
ont partagé leurs connaissances et engagement avec leur entourage..

L'action peut être **individuelle** avec un **changement des habitudes alimentaires** (manger plus végétal, bio et local), mais aussi **collective** avec un **partage de la prise de conscience et des connaissances acquises**.

64%
des spectateurices ont diminué leur consommation de produits d'origine animale.

60%
estiment manger plus local.

48%
estiment manger plus bio.

5/5

C'est la note d'ondine sur Apple Podcast et Spotify.

@Deezer, à quand l'option des étoiles pour avoir un perfect ?

4 900

téléchargements et encore plus d'écoutes ?

2%

C'est le taux de réponse au formulaire de mesure d'impact.

On veut être transparent·e·s mais pas au sens littéral du terme.

FORMER

Le podcast ondine

Les mots en disent parfois plus que les chiffres. Et ça nous arrange bien !

"Podcast à écouter ! Je viens d'écouter l'épisode 5, si tout le monde pouvait en prendre connaissance, la consommation de saumon, c'est évident, serait moindre. On deviendrait plus raisonnables ! Partageons ! Merci Blutopia !"
Amin

"Merci à toutes et tous. Si j'avais pu mettre 6 étoiles et demi je l'aurais fait. Les moments passés en compagnie d'ondine sont tout simplement exceptionnels."
Dorian

"Dans ma rétrospective Spotify, ondine c'est le podcast que j'ai le plus écouté !"
Sylvain

"Il (mon copain) était pesco-végétarien avant qu'on ne se rencontre et un petit podcast d'ondine plus tard il arrêtait le poisson."
Gabrielle

FORMER

La lettre d’ondine

“Merci pour cet article d’une rareté rare. Pas facile de vulgariser et rendre accessible des phénomènes naturels complexes. J’adore ce que vous faites et vous soutiens de tout mon coeur. Merci encore.”
Fanny

“Je reçois vos newsletter depuis plusieurs années déjà et merci : toujours instructif et très chouette à lire.”
Hugo

“J’adore le ton de votre newsletter, c’est la seule à laquelle je reste abonnée.”
Nadia

FORMER

Les algues ont du bon

Les algues ont du bon, c'est le programme pédagogique de la nouvelle campagne d'impact Blutopia, **Les bonnes vivantes**. En 10 heures, les élèves découvrent les incroyables **bienfaits des algues**, sortent sur l'estran pour découvrir les algues dans leur milieu naturel et apprennent à cuisiner les algues.

Le programme a été suivi par **586** élèves en 2024, et **27%** d'entre eux·elles ont répondu à notre enquête.

Le programme

4/5

C'est la note attribuée au programme.

60%

souhaitent refaire le programme.

On a parcouru tout le littoral Atlantique, en allant de la **Bretagne** au **Pays-Basque**, pour former des élèves entre **6 et 19 ans** aux bienfaits des algues.

Et on peut dire que ça a plu aux élèves qui ont attribué en moyenne **4 étoiles sur 5** au programme.

1/2

des élèves sont des filles.

Ce n'était pas fait exprès, mais on aime quand même la parité chez Blutopia !

11

C'est l'âge moyen des élèves, avec une majorité des élèves entre 6 et 9 ans.

1/4

des répondant·e·s vivent à Saint-Malo.

La Bretagne reste indétrônable quand ça touche aux algues !

3/4

des élèves estiment mieux connaître les algues grâce au programme.

Ça se mange !

C'est l'apprentissage n°1 des élèves. C'est un bon début !

3/4

savent maintenant faire le lien entre l'océan et notre alimentation.

Au-delà de sortir sur l'estran et apprendre au contact de la nature, on a des objectifs ambitieux avec le programme Les algues ont du bon :

- En savoir plus sur les **bienfaits des algues** à la fois pour le **climat**, la **biodiversité** et la **santé humaine**
- Apprendre à **intégrer les algues dans son alimentation** quotidienne

Et ces objectifs sont atteints ! Les élèvent sont reparti·e·s avec plein de **nouvelles connaissances** sur l'alimentation et les algues, notamment le fait qu'elles se mangent !

"Lors de ce programme, j'ai appris que les algues sont très importantes pour la nature et l'environnement, et que pour préserver les poissons, il faudrait manger plus d'algues."
Benjamin, 11 ans

"Les algues, c'est bien pour les petites bêtes qui vivent dans l'océan, pour se protéger et bien pour la santé."
Ludivine, 8 ans

"Les algues sont comestibles et elles apportent plus de nutriments que certaines viandes et que d'autres aliments."
Alex, 18 ans

Les enfants ont appris qu'une alimentation plus soutenable passait en partie par la **réduction de produits d'origine animale**.

Le programme inspire à passer à l'action

Durant le programme, les enfants ont pu en apprendre davantage sur les algues d'un point de vue **théorique**, mais aussi d'un point de vue **pratique** avec un **atelier culinaire**. **Cuisiner et déguster les algues** ont d'ailleurs été leurs activités préférées du programme. Les participant·e·s ont pu découvrir la gourmandise des algues et 43% souhaitent en manger à nouveau. Comme quoi, on peut vite faire changer les mentalités quand on a les bons ingrédients ! En 10 heures, les enfants sont passé·e·s de "Les algues, c'est dégoutant !" à "Je veux encore goûter le tartare d'algues !".

"J'ai adoré l'activité cuisine, c'était super, je referais le tartare chez moi. Merci beaucoup !"
Eugénie, 10 ans

"Merci de nous avoir appris à cuisiner les algues, j'ai beaucoup aimé. Et le tartare d'algues était très bon !"
Anna, 9 ans

Au-delà même de l'alimentation, les enfants ont réalisé que l'océan n'est pas en bonne santé. Iels ont pris conscience de leur **pouvoir d'action** et sont **motivé·e·s** à agir pour préserver l'océan.

3 émotions

Les 3 émotions qui sont le plus ressorties de l'enquête : le **bonheur**, la **curiosité** et la **motivation**.

43%

des enfants souhaitent cuisiner à nouveau des algues.

1/2

dit maintenant que les algues sont des aliments gourmands.

70%

déclarent vouloir agir davantage pour la préservation de l'océan.

Une petite Camille Etienne se cachait-elle parmi les enfants ?

AGIR

Les ateliers culinaires

Les ateliers culinaires ont pour objectif principal de **faire découvrir** et d'**apprendre à cuisiner les algues**. Ils permettent aux personnes de passer à l'action et d'agir concrètement en cuisinant local, bio et végétal. Pour cela, 2 recettes peuvent être réalisées : le **tartare d'algues** ou les **rillettes de la mer**.
En 2024, on a réalisé **14 ateliers culinaires** et 6 ont été suivis pour la mesure d'impact. Au total, 45 participant·e·s ont répondu à notre enquête, soit **75%** de taux de réponse.

70%
des participant·e·s étaient des femmes.

44
C'est l'âge moyen des participant·e·s, âgé·e·s de 8 à 72 ans.

100%
des répondant·e·s ont suivi l'atelier à La Rochelle.

L'atelier

4,8/5

C'est la note moyenne attribuée aux ateliers culinaires. On peut dire que ça a plu aux participant·e·s !

95%

souhaitent refaire l'atelier.

Ça montre que les ateliers donnent réellement envie aux participant·e·s de **cuisiner des alternatives végétales** et **découvrir** de nouveaux ingrédients comme **les algues**.

Et justement, les participant·e·s **passent à l'action** après un atelier culinaire.

L’atelier culinaire fait passer à l’action

“Atelier super ! J'adore !
À refaire +++
Merci beaucoup <3”
Giselle, 53 ans

“Très bonne et agréable présentation de l'atelier. 2e participation et cette fois, on se lance pour refaire.”
Anna, 60 ans

“Merci beaucoup. Atelier très intéressant, nous allons refaire la recette ! Bonne continuation.”
Ambre, 45 ans

Les ateliers jouent un rôle **éducatif** et **transformateur** : des changements d’habitudes alimentaires concrets en découlent. Les participant·e·s se sentent capables d’agir concrètement et ont envie de **cuisiner à nouveau des algues**.

De plus, les ateliers ont un **impact multiplicateur** et touchent des personnes au-delà des participant·e·s grâce aux nombreux partages des recettes effectuées.

Les résultats des ateliers culinaires montrent qu’ils participent à donner **confiance en soi**, à questionner son alimentation pour réduire sa consommation de produits d’origine animale, mais aussi à **démocratiser les algues** dans l’alimentation. En effet, les participant·e·s semblent s’ouvrir aux recettes incluant des algues.

71%
des participant·e·s souhaitent diminuer leur consommation de produits d’origine animale après l’atelier.

86%
des participant·e·s comptent cuisiner plus souvent des algues.

96%
des participant·e·s vont partager la recette réalisée lors de l’atelier culinaire.

Quelques mots doux, juste pour flatter notre égo

“Très bel atelier, une équipe d'animation top !”
Patrick, 52 ans

“Très bonne recette, animatrice très agréable et investie. Une bonne humeur contagieuse. Merci !”
Liliane, 16 ans

“Merci pour ce beau moment de partage. Bonne continuation.”
Natacha, 54 ans

AGIR

La communauté

En 2024, la communauté Blutopia se compose de :

- 10 **ambassadeurices** engagé·e·s
- 7 membres du **Conseil d'Administration *aka* CA**
- Une cinquantaine de **bénévoles** actifs·ves

Les résultats concernent uniquement les membres du CA, qui représentent la majorité des répondant·e·s à l'enquête. **100%** du CA a participé.

L'engagement du conseil d'administration

4 ans

C'est l'engagement moyen à Blutopia.

4 heures

C'est la durée hebdomadaire moyenne de leur engagement.

6/7

des membres du CA se sentent **plus engagé·e·s** pour la préservation de l'océan depuis qu'elles ont rejoint l'association.

8

membres du CA

100%

sont des femmes #girlpower

1

départ du CA au cours de l'année 2024

100%

des membres du CA mangent plus végétal.

100%

des membres du CA questionnent plus leur alimentation.

70%

des membres du CA partagent plus leur engagement et leur connaissances.

Blutopia **fidélise** ses bénévoles sur le long terme qui deviennent ensuite membre du CA. Les formes d'engagement se **diversifient** au cours du temps mais les membres restent actif·ve·s et motivé·e·s.

Le CA passe à l'action

L'action **individuelle** concerne des **changements d'habitudes alimentaires** comme manger plus végétal, bio et local, mais passe aussi par un questionnement de leur alimentation et une volonté de s'informer encore et encore sur le sujet.

"Je mange plus du tout de poisson avec tout ce que j'ai appris sur la pêche, etc., donc ça m'a appris quelque chose au sens où ça a changé une partie de mon mode de vie."
Tiffany

L'action est également **collective** avec un **impact indirect** sur les proches des membres. Certain·e·s proches ont modifié leurs habitudes alimentaires en végétalisant leur assiette et en mangeant plus bio et local, et ont également adhéré à Blutopia.

"Au final, l'exemple qu'on donne aux autres, c'est ce qui a le plus d'impact [...] Je pense que j'ai une grosse influence sur l'alimentation de mes potes."
Diane

Le CA est inspiré et s'inspire

Au delà de l'action (individuelle ou collective), le CA représente un groupe **inspiré** et **inspirant**.

"Moi c'est la communauté qui m'inspire, les discussions qu'on peut avoir, les rencontres, les événements avec du lien, les partages d'expériences, les choses comme ça."
Adeline

Blutopia a créé une communauté, un **collectif** qui s'inspire mutuellement avec un **partage** de valeurs et d'expériences. Le CA admet avoir acquis de nombreuses connaissances.

Le CA se forme

Au cours de leur engagement, les membres du CA se sont **formé·e·s** au sujet de l'alimentation et de l'océan mais ont également acquis :

- Des connaissances sur **l'alimentation** et **l'océan**
- Des connaissances du **milieu associatif**
- De la **crédibilité** par rapport à leurs connaissances et engagement pour l'océan
- De la **bienveillance** et de l'ouverture d'esprit
- Des **compétences** : administration, finance, relations humaines, travail d' équipe, etc.
- Un **engagement** quotidien et concret

2

émotions principales : inspiration et motivation

87%

des membres du CA s'informent plus sur l'impact de l'alimentation

100%

des membres du CA recommandent une expérience au CA

La communauté nous a fait une petite déclaration.

Les petites mots doux de nos bénévoles et/ou ambassadeurices

“Super expérience. Tenir les stands Blutopia, c'est toujours un plaisir !”
Morgane

“Je pense que le fait de retrouver régulièrement des gens qui ont les mêmes racines, ça encourage à développer ce genre d'habitudes, surtout pour avoir des conseils.”
Romane

“Le guide Tenir un stand Blutopia *est un outil parfait pour les bénévoles et répond à toutes les questions dont on a besoin d'avoir les réponses. (...) C’est agréable que vous soyez des pros de l'organisation.”*
Gabrielle

Toutes et tous faire société

Les imaginaires autour d'une alimentation soutenable

85%

de nos bénéficiaires ont transitionné vers une alimentation plus soutenable.

91%

disent que l'on peut se faire plaisir en mangeant sans détraquer l'océan.

83%

ont adopté une attitude positive envers les algues.

Changer les imaginaires collectifs

Blutopia a comme objectif de **changer les imaginaires autour de l'alimentation**. Une des grandes fiertés de la mesure d'impact de 2024 est de constater que nos bénéficiaires partagent notre vision d'une **alimentation soutenable et gourmande** et que plus de **9 500** d'entre elles·eux ont entamé un **changement de leurs habitudes alimentaires**. Et ça va encore plus loin : Blutopia contribue à la **démocratisation des algues** dans l'assiette des Françaises et des Français avec plus de **1 800** bénéficiaires qui **intègrent désormais les algues** dans leur alimentation.

Les valeurs clés

Les mots d'ordre que l'on a retrouvés dans les différentes actions sont :

- **Collectif** : agir ensemble et créer une communauté motivée
- **Partage** : valeurs et connaissances
- **Espoir** et optimisme : le pouvoir de l'action collective
- **Bienveillance** : accompagnement personnalisé des participant·e·s
- **Non-jugement** : accompagnement de toutes et tous, peu importe le niveau d'engagement initial

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

L'impact environnemental

Nos bénéficiaires

Puisque l'objectif premier de l'association est de **réinventer notre alimentation pour préserver l'océan**, il est intéressant de tenter une estimation de l'impact environnemental des actions de Blutopia.

On dit bien "tenter", car ces chiffres ne sont que des **estimations** et varient en fonction de paramètres non connus sur les habitudes alimentaires (type de produits achetés, fréquence de consommation, etc.).

Grâce à ses actions, Blutopia aurait permis :

- Une réduction de **2 400 à 6 000 tonnes de CO2e** par an grâce à une transition plus ou moins forte vers une alimentation plus soutenable.
- Une économie totale de **10 milliards de litres d'eau** grâce aux changements d'habitudes alimentaires des bénéficiaires.

Ces chiffres montrent bien **l'impact positif** significatif de Blutopia sur l'océan, et à quel point un changement des habitudes alimentaires à **grande échelle** a des **bénéfices** environnementaux **massifs**.

8 075

bénéficiaires de Blutopia auraient transitionné vers une alimentation plus soutenable.

6 000

tonnes de CO2e sauvées grâce aux actions de Blutopia en 2024 selon le scénario le plus optimiste

C'est l'empreinte carbone annuelle d'Elon f**** Musk sur un an.**

10

milliards de litres d'eau économisés en 2024 grâce à Blutopia

C'est la consommation annuelle en eau de Toulon.

27 000

kilomètres parcourus en train

cc la SNCF : c'est pour quand la sponso ?

2/3

de l'équipe terrain se déplace exclusivement à vélo pour rejoindre le bureau.

0

ou plutôt presque 0 kg de CO2e émis en utilisant le duo Jean&Jeannette.

L'association

Vous avez pu le constater avec ce rapport d'impact, **l'alimentation** pèse lourd dans la balance carbone (mais pas que !). C'est le **deuxième secteur le plus émetteur de CO2e en France**. Juste devant, on retrouve les transports.

D'ailleurs, on fait quoi chez Blutopia concrètement, en matière de transport ?

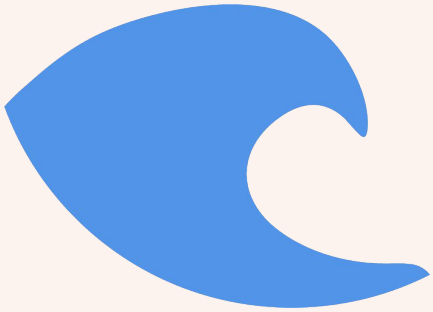
C'est simple ! On ne jure que par le **vélo** pour les trajets du quotidien, et le **train** pour aller vers l'infini et l'au-delà. Pour sillonner la France et déployer nos actions, l'équipe passe beaucoup de temps dans le train et en gare. Le grand vainqueur de l'équipe, c'est Julien !

Pour les évènements autour de La Rochelle, on peut compter sur **Jean&Jeannette**, le nouveau duo de choc de Blutopia (un vélo-remorque qui nous sert de stand, pour celles et ceux qui seraient encore largué·e·s !) Leur empreinte carbone est presque nulle. On dit bien "presque" car il y a forcément des tonnes de CO2e émises pour leur fabrication et la recharge de Jean (avec Jeannette derrière, c'est dur de ne pas mettre l'assistance électrique).

À vos paris ! Combien de kilomètres allons-nous avaler en 2025 avec Jean&Jeannette ?

Cap sur 2025

Nouvelle année, nouvelle mesure d'impact



Avant de passer à 2025, prenons quand même le temps d'apprécier les actions qu'on a réalisées en 2024 (pour cela vous pouvez consulter le rapport d'activité) et surtout les impacts qu'on a eus.

Blutopia a un véritable l'impact ! Et ce rapport le prouve.

Maintenant que cette prise de recul sur 2024 a été faite, il est temps de se tourner vers 2025. On ne se cache pas. On a de grandes ambitions pour les années à venir.

Niveau impact, une chose est sûre : on en aura encore plus. Comment on le sait ? Parce qu'on est de plus en plus nombreuses et nombreux à s'engager. Et surtout, parce qu'on lance 2 nouveaux projets :

- La **Convention Européenne de Blutopia** (ou CEB pour les intimes)
- Les **chantiers participatifs**

On a également des **objectifs clairs** pour la prochaine mesure d'impact. Les 2% de réponses, on n'en veut plus en 2025 ! On va affiner la méthodologie pour avoir des résultats encore plus pertinents. On souhaite mettre en place un **suivi sur le long terme** pour avoir des points d'étapes et mieux comprendre notre théorie du changement.

Vous l'avez compris, on est encore au tout début des aventures de Blutopia. **On compte bien mettre encore plus de paillettes (d'algues) dans nos vies**, surtout avec la campagne Les bonnes vivantes qui arrivera en 2026.

Rendez-vous au prochain épisode !
Wow, quel teasing ! On me dit dans l'oreillette que Netflix suit de près nos talents en communication.

Des questions ?

Discutons-en !

Léandre Bouffard

Chargée de communauté et d'animation
(et accessoirement, de mesure d'impact !)

leandre@blutopia.org
+33 6 40 36 20 41