

BUSINESS & IMPACT



Everyone A Changemaker™



ASHOKA **CENTRE**

SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

SORTIR DE LA PAUVRETÉ EN INVENTANT
DE NOUVEAUX MODÈLES À LA CROISÉE
DU SOCIAL, DU PRIVÉ ET DU PUBLIC

www.ashokacentre.org

Etude Européenne



POURQUOI CETTE ÉTUDE ?

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

CONTEXTE



Plus de 16% de la population de l'Union Européenne vit en **situation de pauvreté**.
Et n'a pas accès à des produits et services essentiels.

Pouvoirs publics et société civile **seuls ne peuvent répondre** à ces besoins, malgré les innovations des Entrepreneurs Sociaux.

Émergence de modèles « **Inclusive Business** » positionnant l'entreprise comme un **générateur d'impact social**.



Démarche embryonnaire en Europe. Les différents secteurs opèrent encore en silos.



POURQUOI CETTE ÉTUDE ?

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

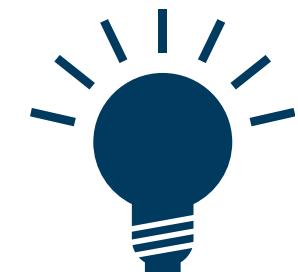
OBJECTIFS

Dresser un panorama des besoins essentiels et des marchés représentés par les populations pauvres de 7 pays européens.



Encourager les entreprises à explorer de nouvelles opportunités business et à **repenser leurs modèles**.

Démontrer la pertinence **des innovations sociales** et le **potentiel de co-création** entre entreprises, Entrepreneurs Sociaux et pouvoirs publics.





DES BESOINS NON COUVERTS

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

SUR LES 7 PAYS ÉTUDIÉS...

50 millions de personnes pauvres = **220** milliards d'euros de dépenses



12 millions de personnes subissent des privations sévères liées au logement.
Estimation du marché du logement pour les populations vulnérables :
€ 124 milliards



21 millions de personnes ont du mal à se **chauffer**.
→ Estimation du marché de l'énergie du domicile pour les populations vulnérables : **€ 25 milliards**



46 millions de personnes sont obèses.
→ Estimation du marché de l'alimentation pour les populations vulnérables :
€ 60 milliards



DES BESOINS NON COUVERTS

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



60% des français en 2010 ont différé ou renoncé à des soins de santé pour des raisons économiques

→ Estimation du marché des mutuelles pour les populations vulnérables : **€ 14 milliards**



11% des revenus des personnes pauvres sont attribués au paiement de prêts (UK)

→ Estimation du marché des services financiers pour les populations vulnérables : **€ 12 milliards**



15M de personnes sont **au chômage dont 45%** sont dans une situation de pauvreté.

→ Potentiel de réduction des coûts liés au chômage : **€ 72 milliards**

Le développement de collaborations entre le monde du Business et du Social peut permettre **l'émergence de modèles hybrides** à même de mieux répondre à ces besoins, de créer de **nouvelles opportunités de marchés** pour les entreprises pionnières, de réaliser **des économies pour la société** et de **créer de l'emploi**.



OPPORTUNITÉS LIÉES À LA CO-CRÉATION

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

ENTREPRENEURS
SOCIAUX

Démultiplier leur **impact social** à grande échelle en mettant à profit les « actifs » de la grande entreprise.

Créer de **nouveaux revenus** pour les projets sociaux .

Accéder à de **nouvelles compétences**.

ENTREPRISES

De **nouveaux marchés** incluant les populations vulnérables.

Un **laboratoire d'innovation** de rupture sur le cœur de métier.

Un **positionnement RSE** et une empreinte sociale renforcés.

Un **vecteur de motivation** des collaborateurs en quête de sens.

POUVOIRS PUBLICS

Retour sur investissement des programmes sociaux.

Impact sur les **finances publiques**.

Renforcement de « l'**économie positive** ».



UN MODELE DE CO-CREATION

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

LA CHAÎNE DE VALEUR HYBRIDE™

“

Une réponse à un **besoin social essentiel** au travers d'une **approche de marché** à fort potentiel de déploiement.

“

Des **entreprises et des entrepreneurs sociaux** associant étroitement leurs cœurs de métiers, leurs compétences et leurs ressources.

“

Un **potentiel de rentabilité** représentant un nouveau marché ou **un avantage compétitif** au-delà de la philanthropie ou de la RSE.



CHAÎNE DE VALEUR HYBRIDE™

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

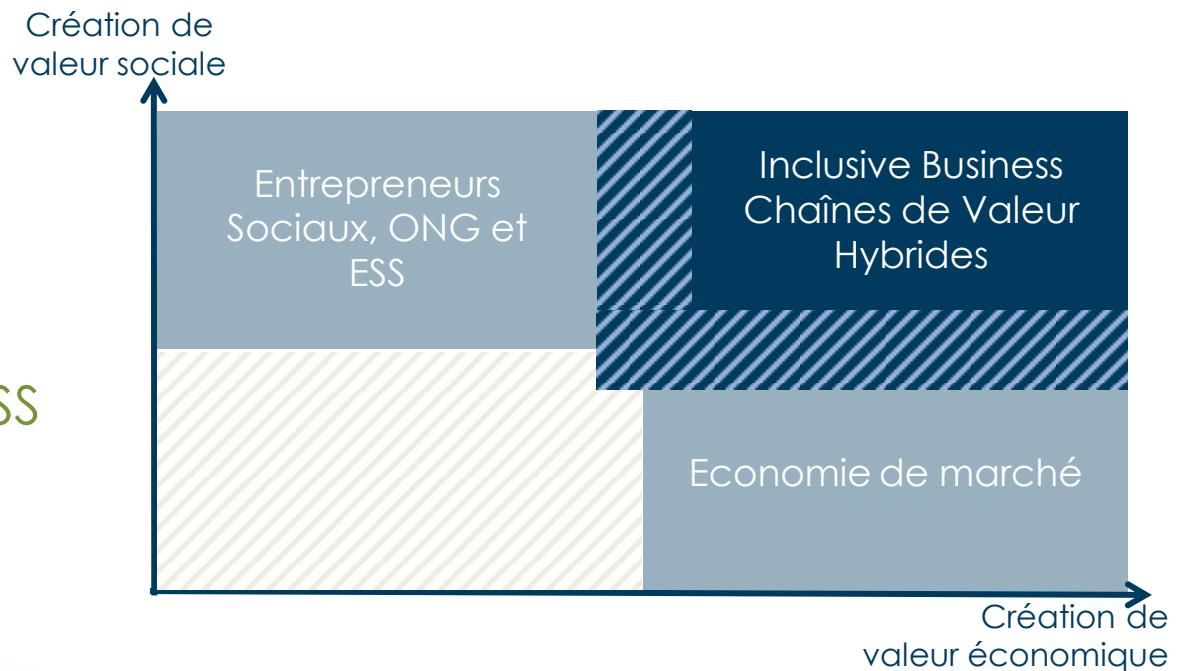
“

Un potentiel **d'impact social important** au-delà d'une région ou d'une entreprise spécifique.

“

Une ambition de **transformer les marchés** traditionnels.

DES MODÈLES
ÉCONOMIQUES
INNOVANTS À LA
CROISÉE DU BUSINESS
ET DU SOCIAL





PÉRIMÈTRE GÉOGRAPHIQUE

7 **pays** représentant une diversité de situations en Europe et dans lesquels Ashoka et Accenture sont présents*.



DÉFINITION D'UN COEUR DE CIBLE

Personnes vivant **en dessous du seuil de pauvreté**, auxquelles s'ajoutent, le cas échéant, les autres **populations vulnérables** concernées selon le secteur.

*France, Belgique, Allemagne, Pologne, Irlande, Espagne, Royaume-Uni



6 secteurs clés

liés à des besoins essentiels des populations pauvres

En 5 étapes:

- 1 **Identification des populations vulnérables** en situation de précarité.
- 2 **Estimation du marché** que représente la couverture de ces besoins.
- 3 **Analyse des demandes** non couvertes des populations vulnérables.
- 4 **Identification des freins et leviers** actuels du marché.
- 5 **Illustrations d'innovations sociales** pertinentes.





DÉFINITION DE LA PAUVRETÉ

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Une définition « statistique » utilisée pour l'étude quantitative :

“

Personnes pauvres : Personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté, fixé à **60% du revenu médian national** ¹



Mais qui va bien au-delà de la simple pauvreté matérielle :

“

La pauvreté est bien plus complexe que la pauvreté matérielle. C'est une condition d'esprit, un **manque de réseaux, d'opportunités**, une exclusion sociale ²

1/ Définition utilisée par Eurostat, l'INSEE et partout en Europe. Les US et le Canada utilisent eux une valeur absolue.

2/ Caritas



50 MILLIONS DE PERSONNES PAUVRES

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

...SOIT PLUS DE 16% DE LA POPULATION

Allemagne

Belgique

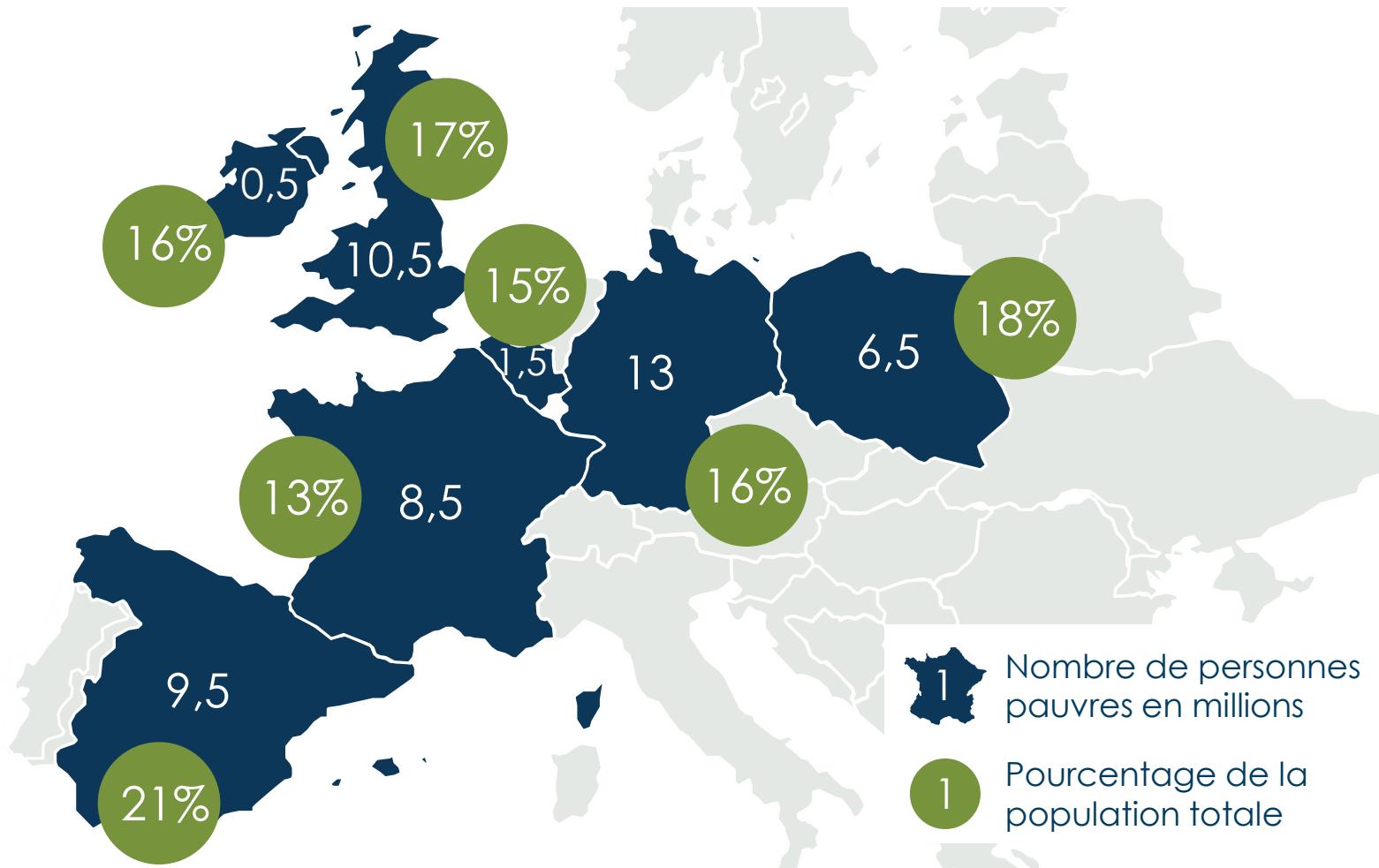
Espagne

France

Irlande

Poloane

Royaume-Uni



*Définition utilisée par Eurostat, l'INSEE et partout en Europe. Les US et le Canada utilisent eux une valeur absolue.

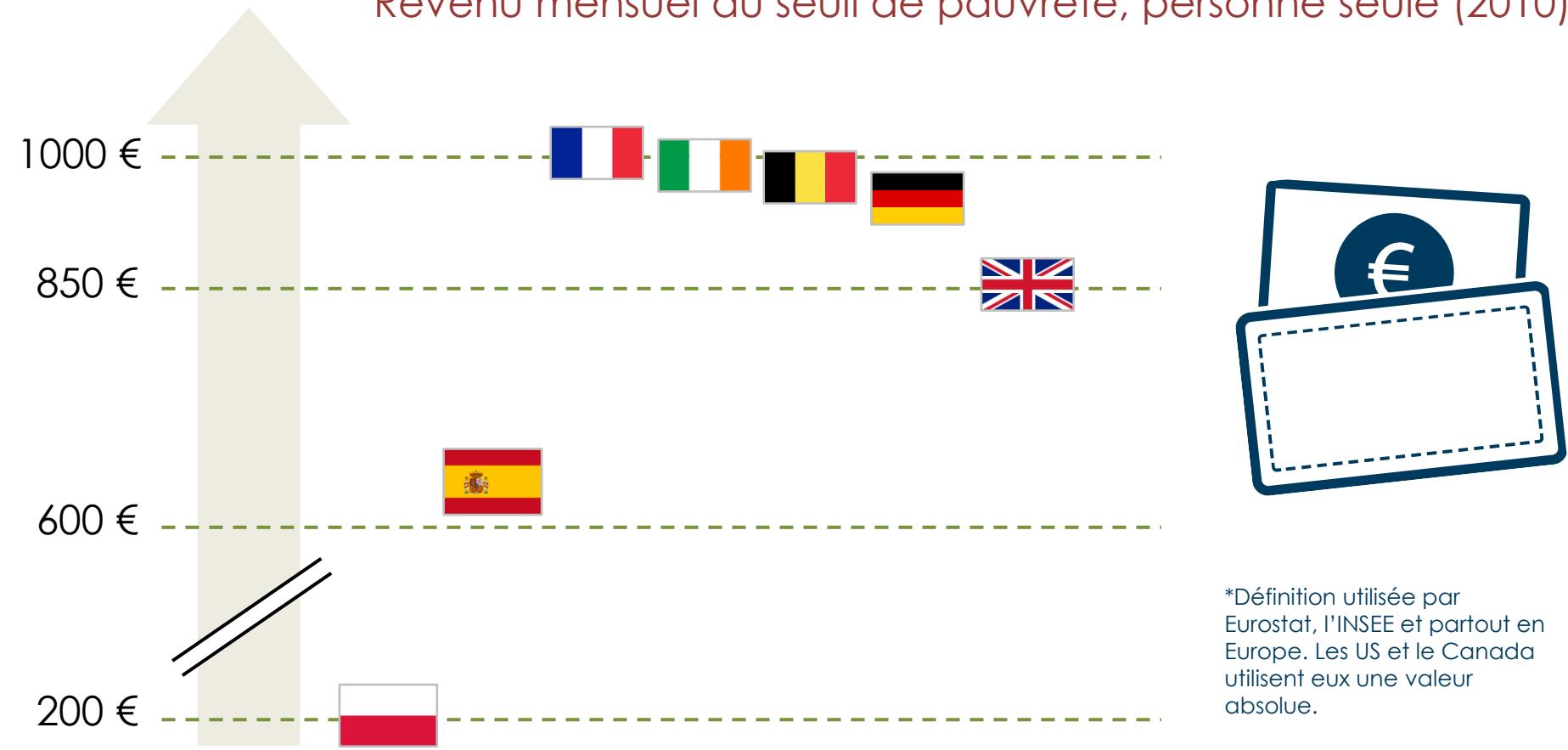


50 MILLIONS DE PERSONNES PAUVRES

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

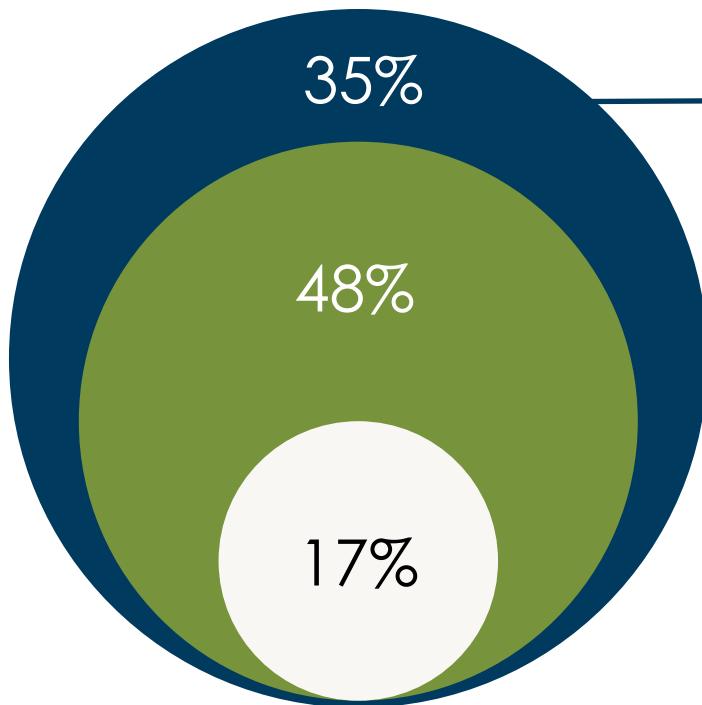
DES SEUILS DE REVENUS DIFFÉRENTS EN FONCTION DES PAYS DE L'ÉTUDE

Revenu mensuel au seuil de pauvreté, personne seule (2010)





RÉPARTITION DE LA POPULATION PAUVRE



par âge

<25 ans

25-65 ans

+65 ans

69% (ESP)
40% (FR)

Variabilité selon les pays



Faible



Moyenne



Forte

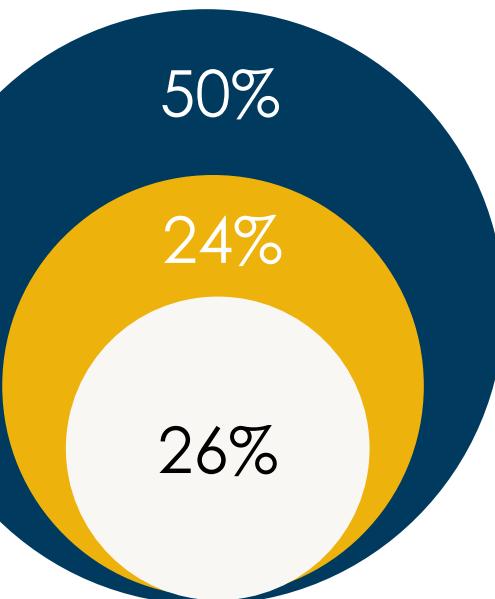
par zone d'habitation

Urbain

71% (RU)
25% (Pol.)

Péri-urbain

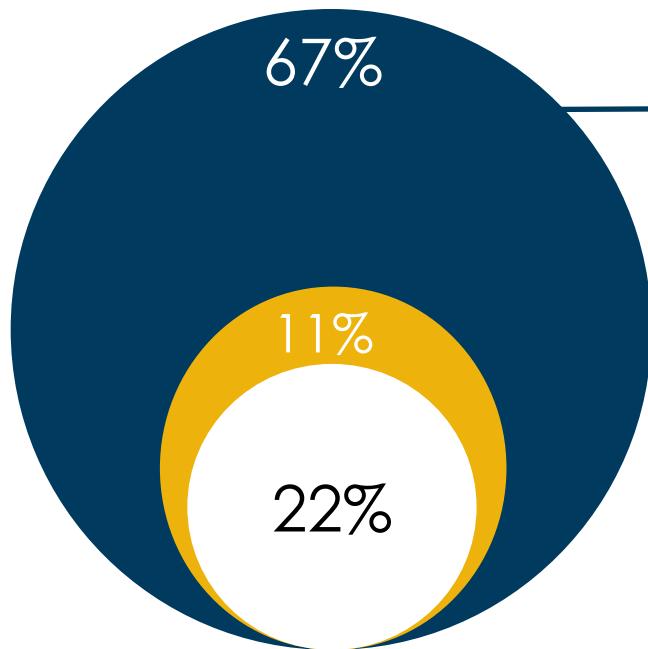
Rural



Source : Données Eurostat, données 2010



RÉPARTITION DE LA POPULATION PAUVRE



en fonction de la structure familiale

Famille

87% (ESP)
48% (ALL)

Mono Parental

Seul

Variabilité selon les pays



Faible



Moyenne



Forte

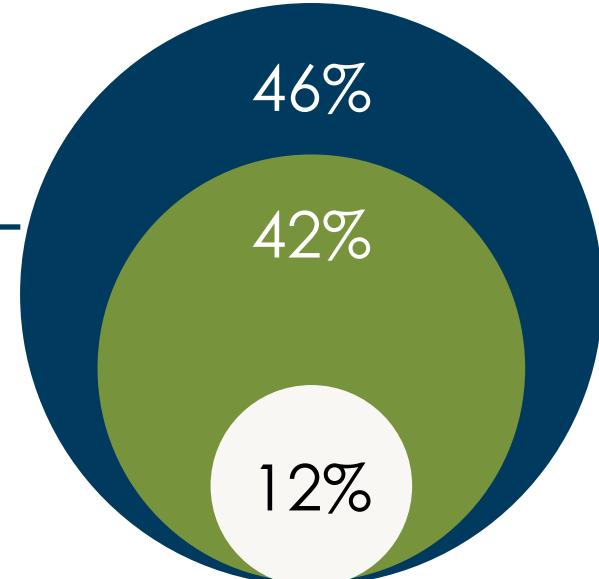
chez les 15-74 ans par niveau d'étude¹

Niveau 0-2

69% (ESP)
35% (Pol.)

Niveau 3-4

Niveau 5-6



Source : Données Eurostat, données 2010

¹ Niveaux 0-2 : Education pré primaire, Enseignement primaire de premier cycle, Enseignement secondaire de premier cycle; Niveaux 3-4 : Enseignement secondaire de deuxième cycle, Enseignement post secondaire non supérieur, Niveaux 5-6 : Enseignement supérieur de premier cycle, Enseignement supérieur de deuxième cycle



UNE RÉALITÉ : VIVRE AVEC 18€ PAR JOUR

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



= environ 1800€ par mois, soit par jour et habitant du foyer...



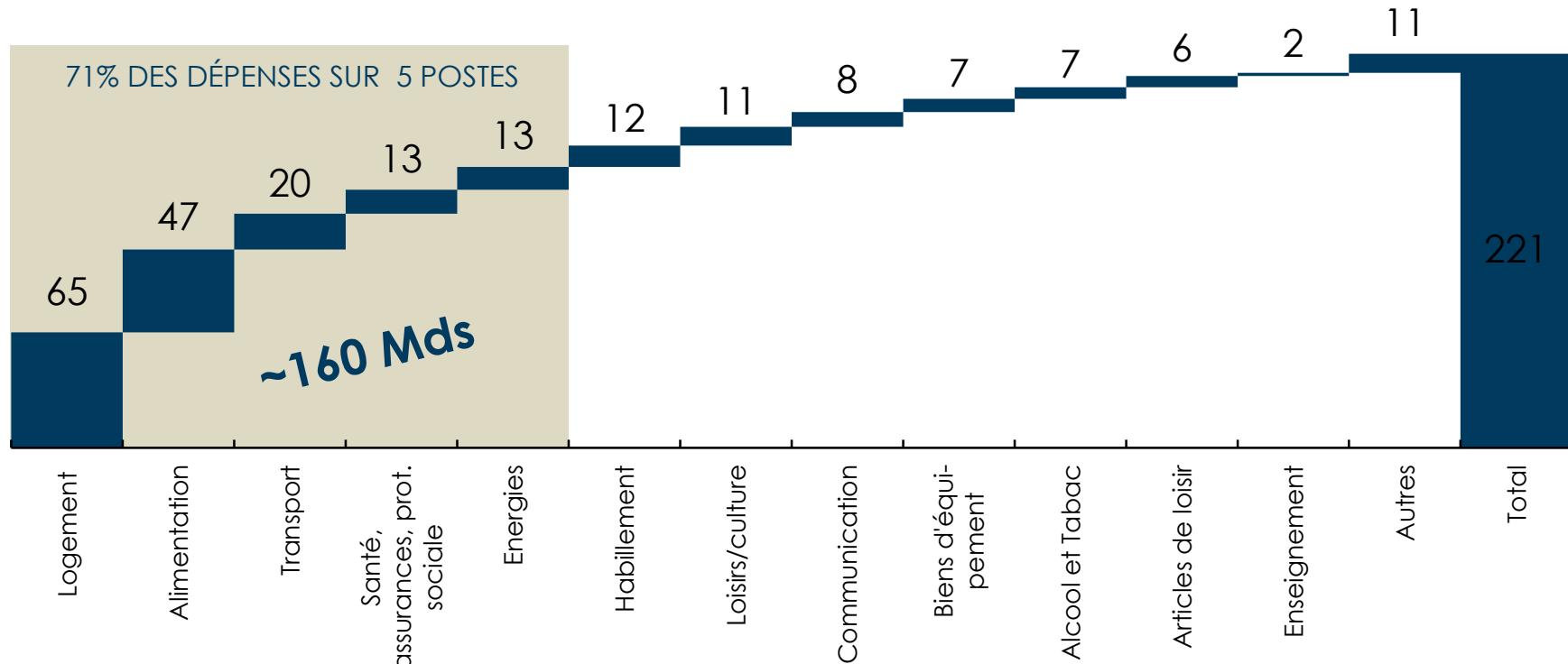
...et un poids des dépenses contraintes « pré-engagées » de **45%**, ayant progressé de 4pts entre 1999 et 2005.



“LOW INCOME DOES NOT MEAN NO INCOME”

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

220 MDS D'EUROS DE DÉPENSES TOTALES DES POPULATIONS PAUVRES EN 2010



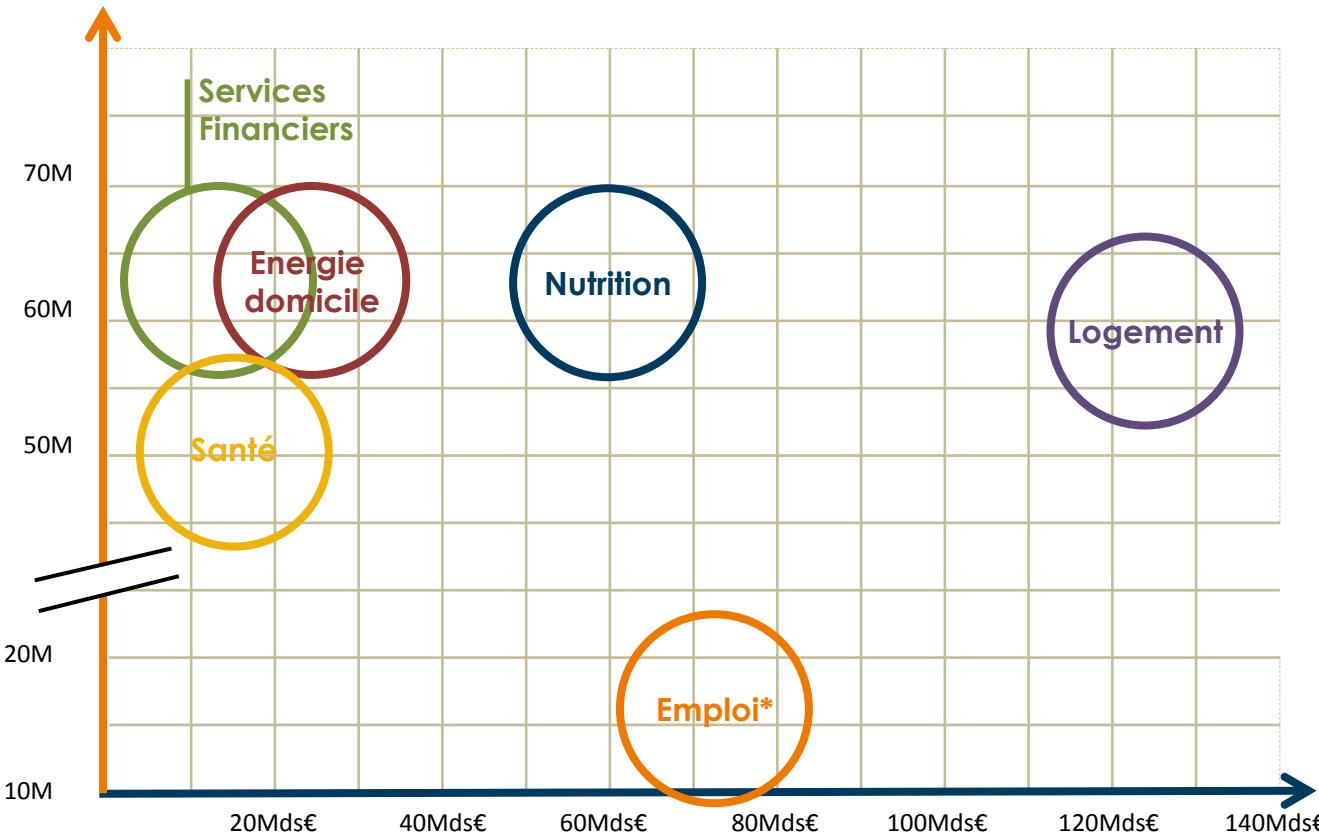
Source : Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/ countries national statistic offices
Répartition des dépenses des pauvres assimilées aux dépenses du 1er quintile de la population de chaque pays, en 2005



6 MARCHÉS LIÉS À DES BESOINS ESSENTIELS

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

1 Nombre de personnes ciblées (populations pauvres et vulnérables)



Taille du marché direct

- Dépenses des ménages
- Dépenses de l'état
- Marché des populations « sensibles » avec des besoins similaires

2

* Compte tenu de son enjeu social et sociétal, le marché de l'emploi a été également étudié bien qu'il ne constitue pas un « marché » de même nature, l'objectif étant pour ce marché d'optimiser le coût social du support à l'insertion et à la gestion des périodes de transition des populations actives



LOGEMENT



58 millions de personnes

19% de la population

33% des dépenses des ménages pauvres

124 MDS €
de marché

11 millions de personnes pauvres habitent dans des logements surpeuplés

3,5 millions de demandeurs en attente de logements sociaux
(France, UK, Irlande, Belgique)

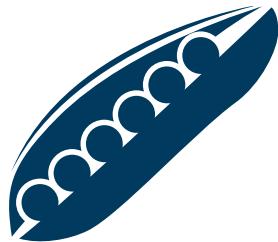
Effet double peine

Conditions d'insalubrité

Complexité grandissante pour **cibler et financer** des besoins de logement par l'Etat



NUTRITION



63 millions de personnes

20% de la population

21% des dépenses des ménages pauvres

59 MDS €
de marché

46 millions de personnes obèses (7 pays)

20 millions de personnes touchées par la sous-nutrition (UE)

Aliments sains trop chers

Informations nutritionnelles complexes

Déchets alimentaires

Déserts géographiques



ÉNERGIE



63 millions de personnes

20% de la population

5,8% des dépenses des ménages pauvres

25 MDS €
de marché

21 millions de personnes ont du mal à se chauffer

20 millions ont des arriérés de factures courantes

Accès insuffisant aux solutions économiques efficientes

Augmentation **des prix** de l'énergie
Faible isolation et prix élevé des rénovations

Sensibilisation limitée aux problématiques d'économie d'énergie



SANTÉ



51 millions de personnes

17% de la population

6%

des dépenses des ménages pauvres

14 MDS €
de marché

25% des personnes pauvres en « sous-consommation » de soins (France) **19%** n'ont pas de mutuelle

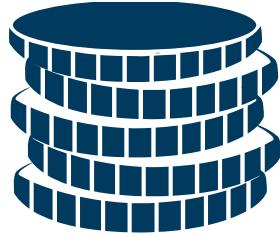
Prix élevé des dépenses de santé non prises en charge

Manque de prévention

Déserts géographiques



SERVICES FINANCIERS



63 millions de personnes

20% de la population

Effet « **double peine** » : 11% des revenus consacrés au paiement de prêts à taux d'intérêts élevés (UK)

12 MDS €
de marché

Demande estimée à plus de **500 000 micro-crédits** en France

Equilibre précaire entre **surendettement et exclusion financière**, antichambre de l'exclusion sociale

Manque d'informations simples et compréhensibles

Produits inadaptés et trop sophistiqués



EMPLOI



15 millions de personnes

5% de la population

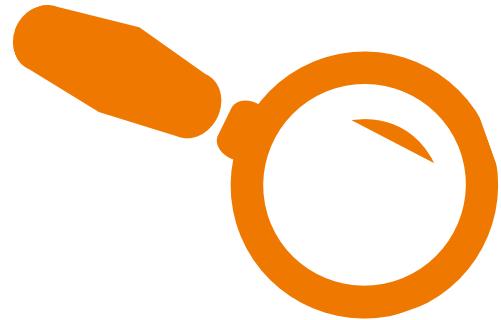
L'antichambre de l'exclusion :
45% des chômeurs sont pauvres

72 MDS €
de marché

Mécanismes mal adaptés aux évolutions du marché du travail
(flexibilité, carrière en patchwork)

Exclusion marquée sur **certaines catégories de populations** (jeunes, peu qualifiés, minorités visibles, plus de 55 ans)

Perte culturelle de l'envie de travailler : « trappe » du chômage et de l'exclusion



ZOOM SUR UN DES
SIX MARCHÉS

LES SERVICES FINANCIERS



PÉRIMÈTRE DU MARCHÉ CONSIDÉRÉ



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Les populations **pauvres**
2. Les autres populations en **exclusion financière**

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

Le chiffre d'affaires (actuel et potentiel) des organismes financiers en :
- compte bancaire de transaction
- compte d'épargne
- micro-crédit des particuliers



RAPPEL DE LA MÉTHODOLOGIE

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



- 1 **Identification des populations vulnérables** en situation de précarité.
- 2 **Estimation du marché** que représente la couverture de ces besoins.
- 3 **Analyse des demandes** non couvertes des populations vulnérables.
- 4 **Identification des freins et leviers** actuels du marché.
- 5 **Illustrations d'innovations sociales** pertinentes.



“

L'exclusion financière fait référence à des difficultés pour accéder à et/ou utiliser des services et produits financiers proposés par les prestataires classiques lui permettant de mener une vie sociale normale.



1

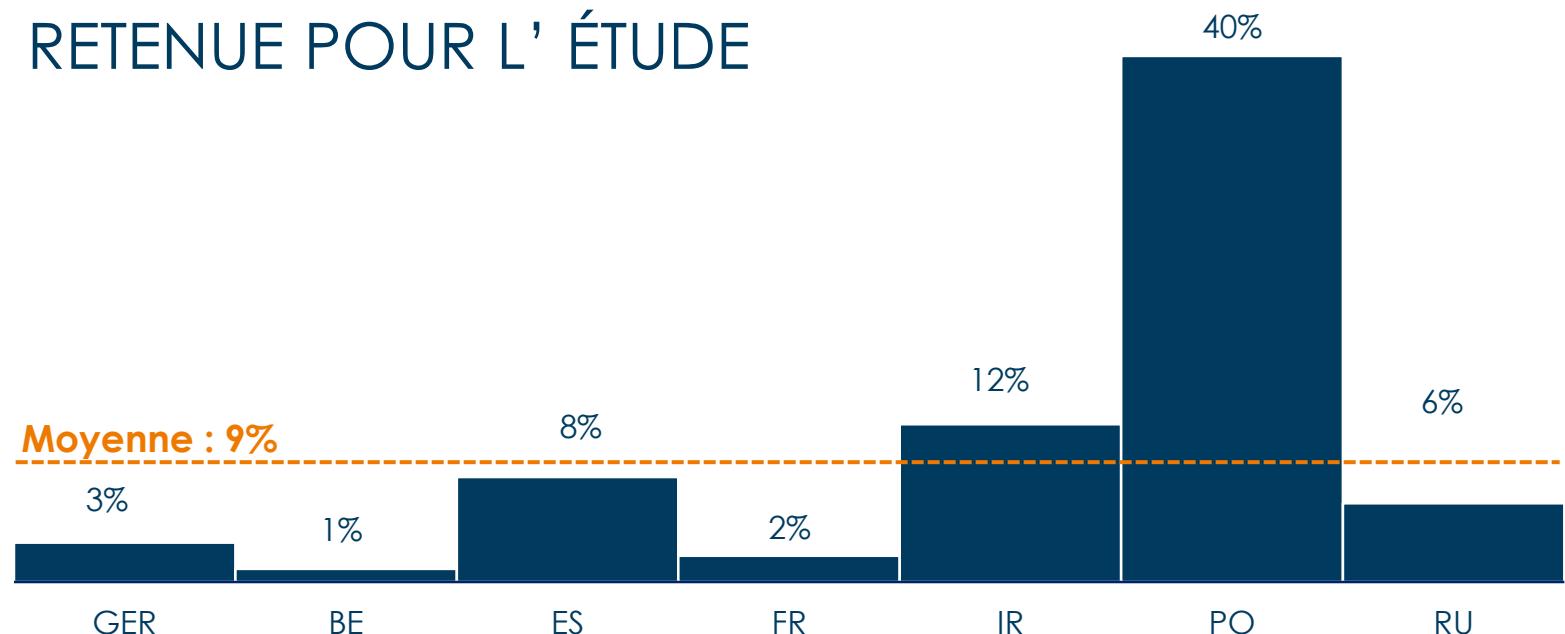
2

3

4

5

UNE DÉFINITION STRICTE DE L'UE RETENUE POUR L'ÉTUDE



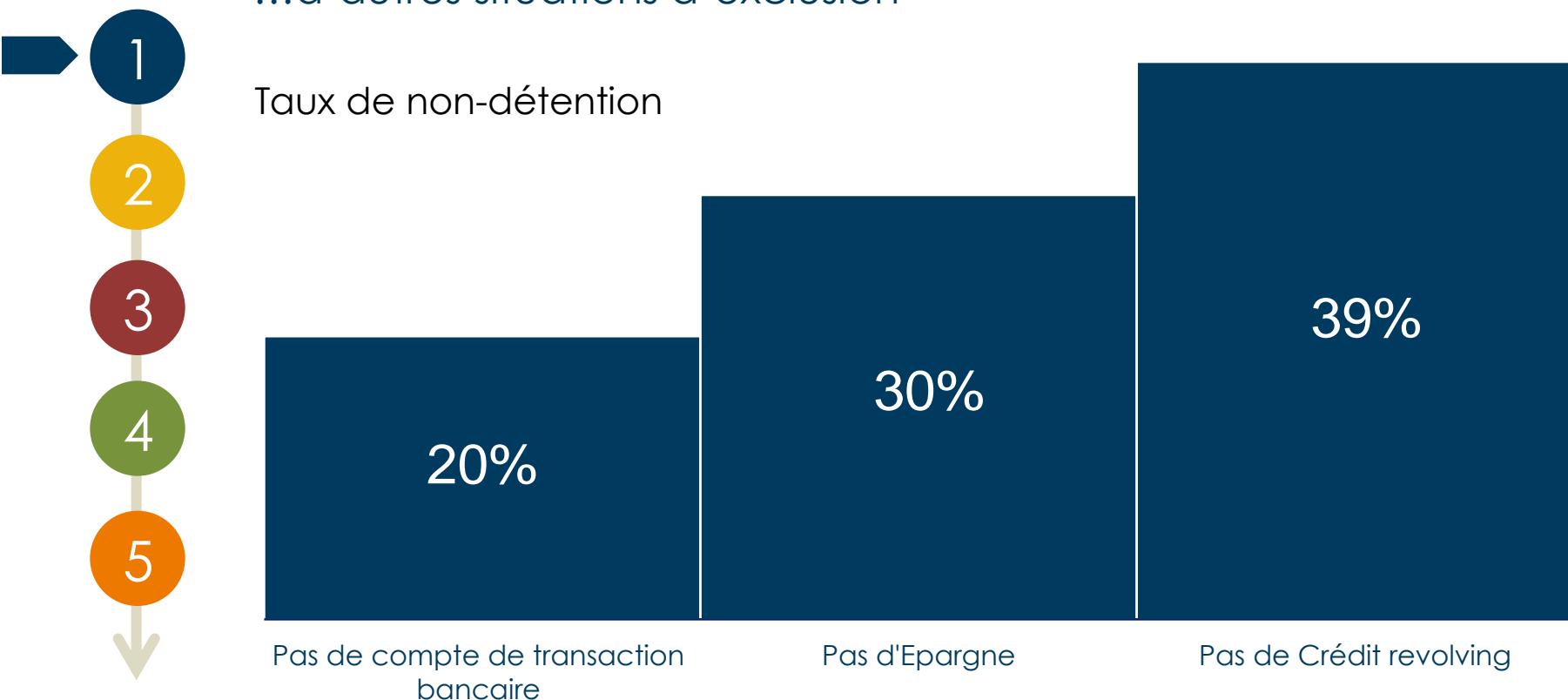
Sources : Commission Européenne, estimations Accenture



AU DELÀ DE CETTE DÉFINITION...

...d'autres situations d'exclusion

Taux de non-détention



Sources : Commission Européenne, estimations Accenture

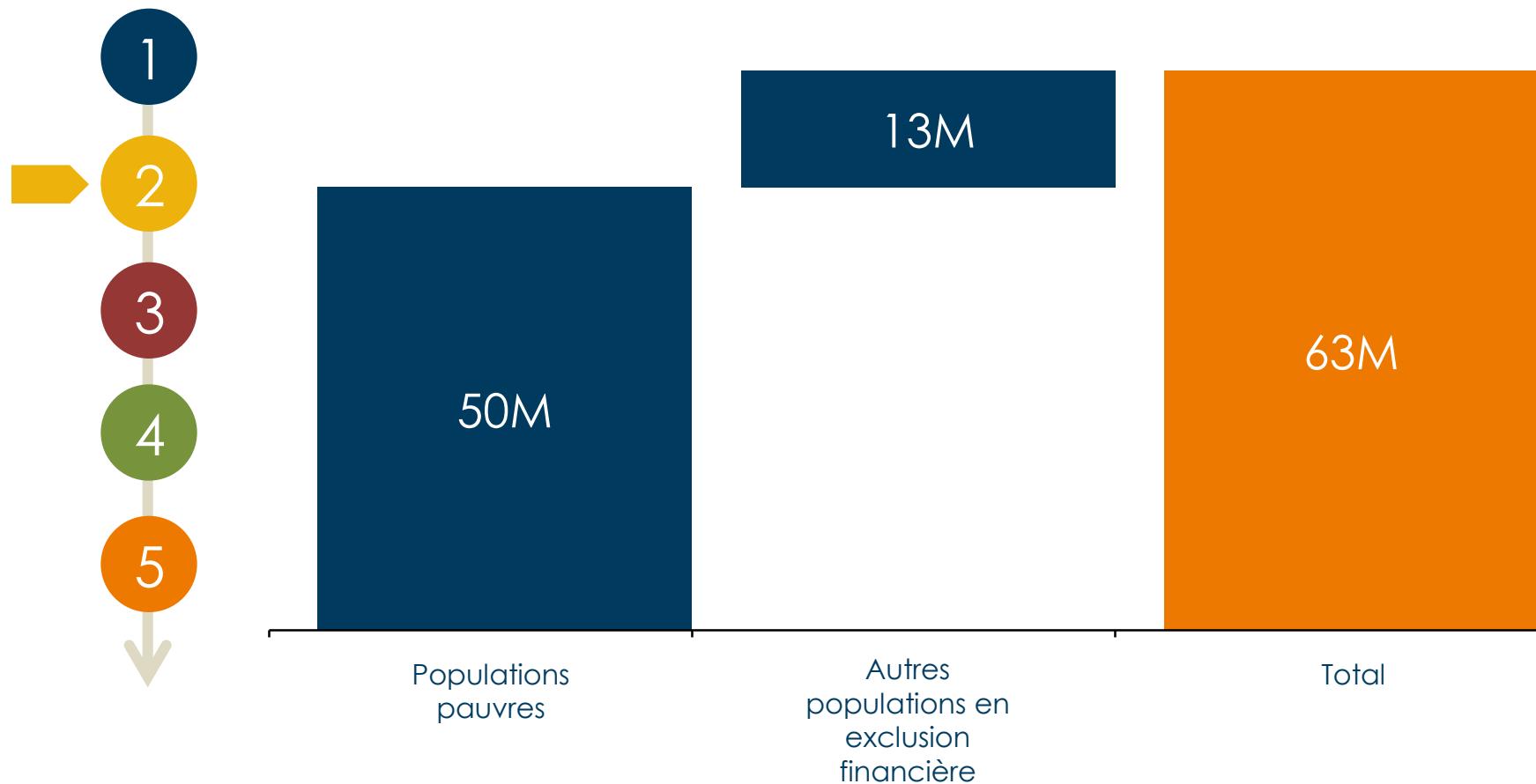


ESTIMATION DU MARCHÉ



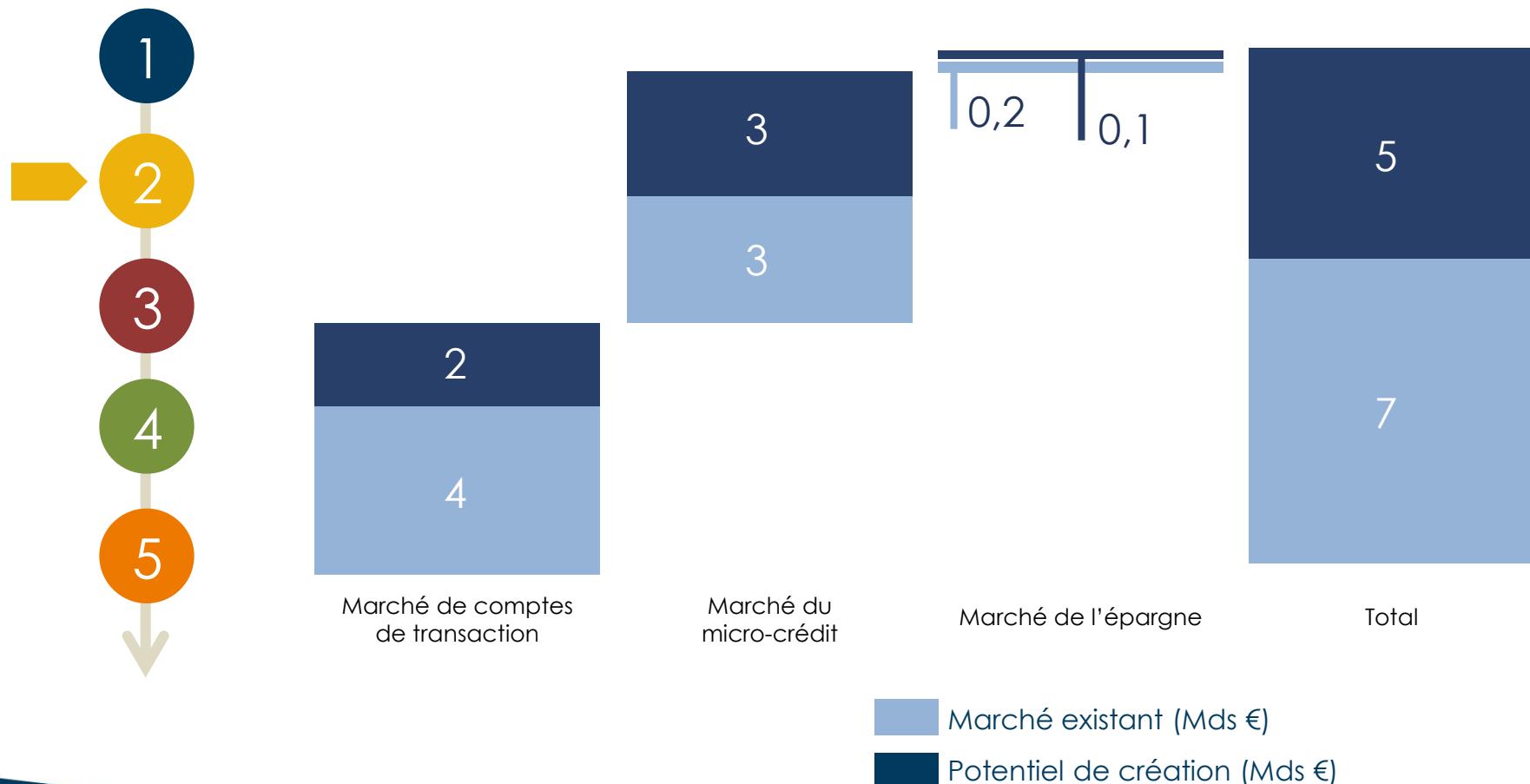
ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

63 MILLIONS DE PERSONNES (20% DE LA POPULATION)



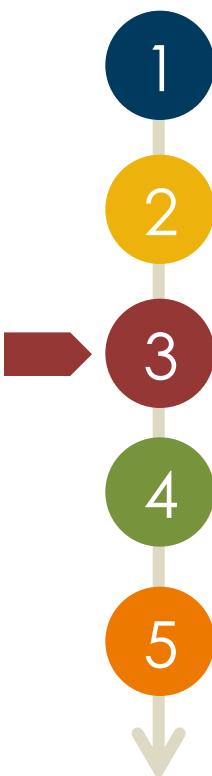


ENVIRON 12MDS d'EUROS





L'EXCLUSION FINANCIÈRE COMME ANTICHAMBRE DE L'EXCLUSION SOCIALE



- **Des progrès réalisés** : En France, le taux de détention d'un compte épargne par des bénéficiaires de minima sociaux est passé de 11% à 30% entre 2001 et 2009.
- Mais de fortes **poches d'exclusion** persistent.

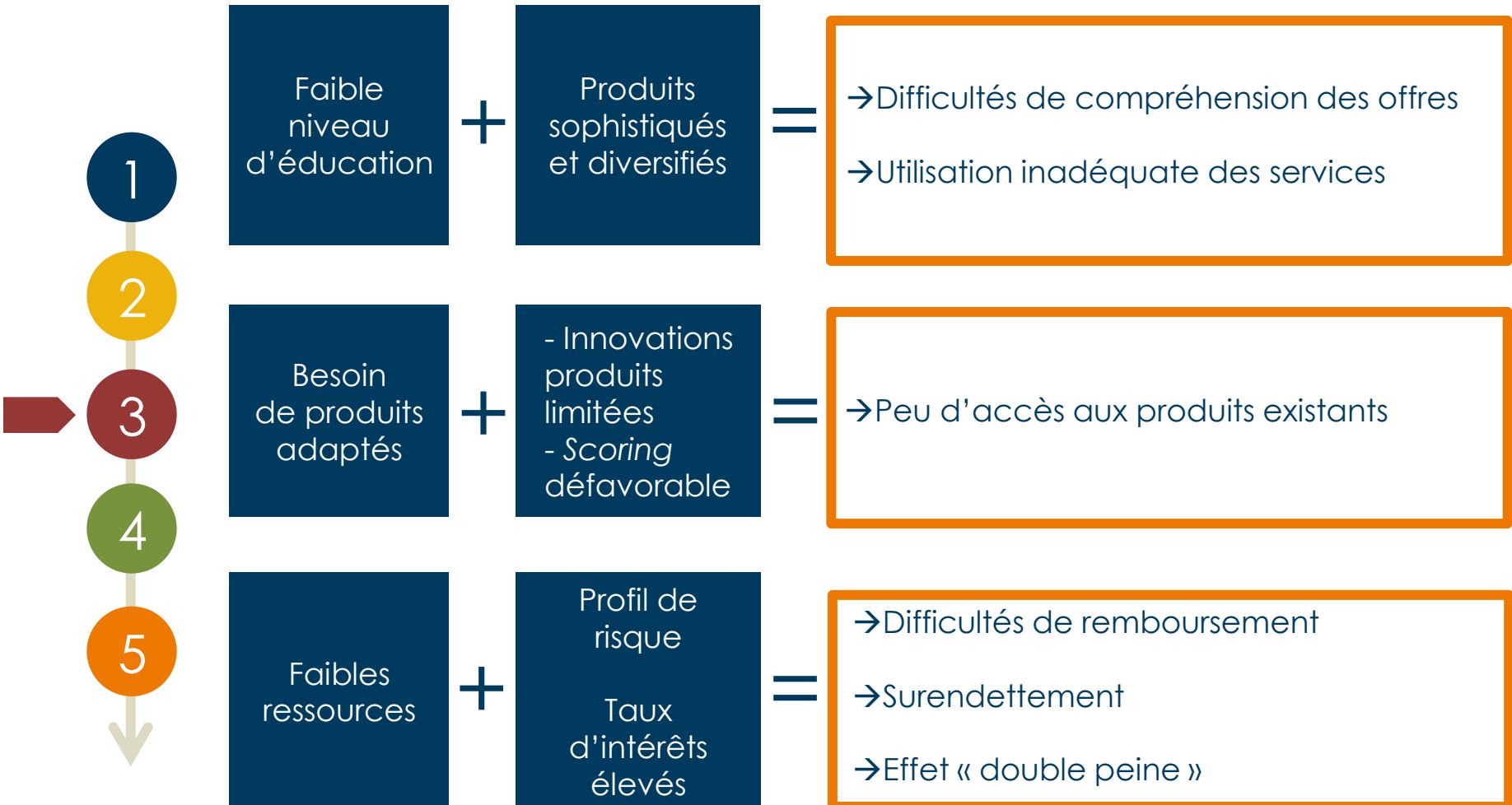




ANALYSE DES DEMANDES NON COUVERTES



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION





UNE SOURCE DE COÛTS IMPORTANTS

L'exclusion financière représente aussi **une source de coûts importants** pour les opérateurs financiers et les collectivités locales

En France, coût de traitement des dossiers de surendettement/an

125 M€

pour les établissements de crédit

15 M€

pour les collectivités locales

En 2010, environ **6,2 Mds €** d'encours sont traités en commission de surendettement, soit environ **182.000 dossiers** avec un niveau moyen d'endettement de **34.000 €**



FREINS CLÉS DU MARCHÉ



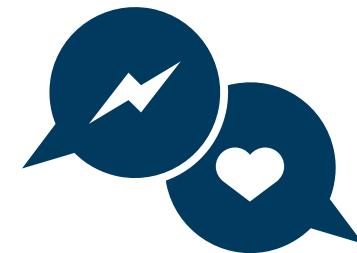
ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Manque de Ciblage

Manque d'Information

Relations Complexes



Offre non adaptée aux populations pauvres.

Peu de prévention du surendettement.

Faible accessibilité des services bancaires.

Peu d'information sur les offres sociales ou micro-crédit.

Tarification opaque.

Mauvaise connaissance de leurs **droits**.

Méfiance réciproque.

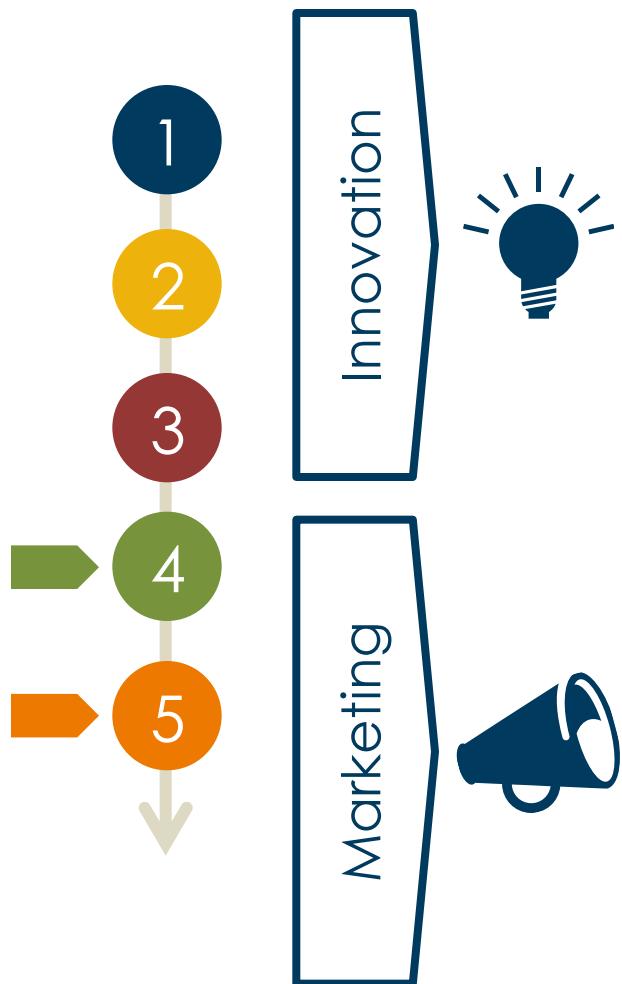
Auto-censure dans la consommation de services financiers pour éviter la stigmatisation associée au refus.



LEVIERS CLÉS DU MARCHÉ



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



Plateforme de prêts en ligne



Information financière par mobile



Communautés autofinancées



Adaptation des messages



Communication adaptée aux minorités

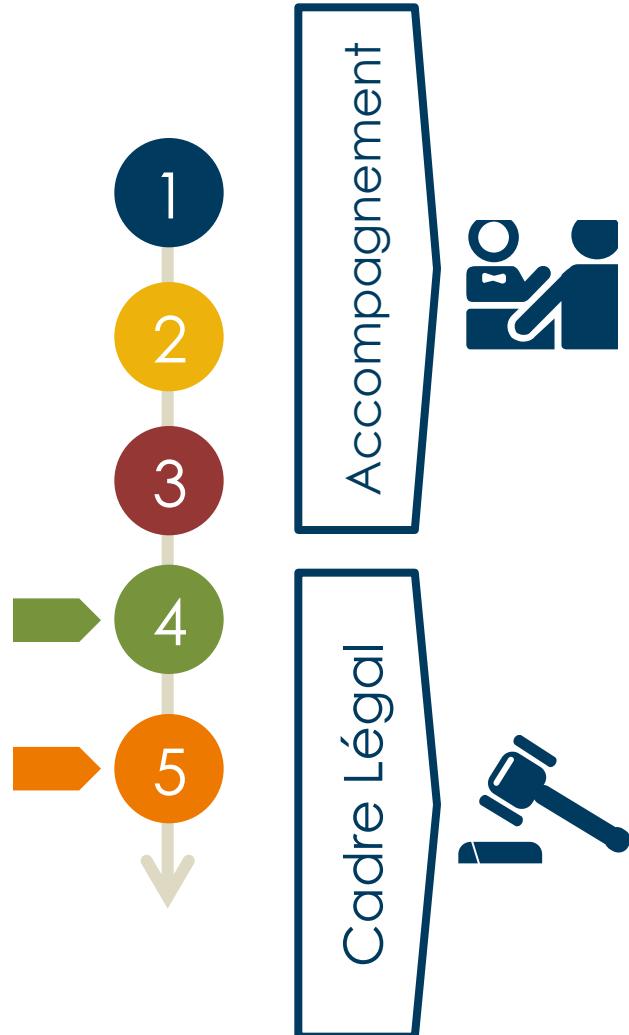




LEVIERS CLÉS DU MARCHÉ



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



Accompagnement dans l'acquisition de services financiers.

Détection et prévention du surendettement.

Coaching de proximité

Prévention du surendettement

Aide juridique

PIMMS
POINT D'INFORMATION MÉDIATIQUE MULTISERVICES
Lyon Agglomération

CRESUS
FEDERATION

droits
dq
quotidiens

finansol
label d'épargne solidaire

CRESUS
FEDERATION

Cadre légal favorable à l'innovation sociale.

Développement des paiements alternatifs.

Label de finance solidaire

Fichier positif de surendettement

Lutte contre la double peine



CONTACTS

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION



ASHOKA
Everyone A Changemaker™



ASHOKA **CENTRE**
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Ashoka Centre
28, place de la Bourse
75002 Paris

www.ashokacentre.org
www.ashoka.fr
www.ashoka.org