

BUSINESS & IMPACT



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

Février 2013

avec le soutien en mécénat de compétences
d'ACCENTURE

www.ashokacentre.org

Etude Européenne



Accenture est une entreprise internationale de conseil en management, technologies et externalisation.

Combinant son expérience, son expertise, ses capacités de recherche et d'innovation, développées et mises en œuvre auprès des plus grandes organisations du monde sur l'ensemble des métiers et secteurs d'activités, Accenture aide ses clients - entreprises et administrations - à renforcer leur performance.

Avec 259.000 employés intervenant dans plus de 120 pays, Accenture a généré un chiffre d'affaires de 27,9 milliards de dollars au cours de l'année fiscale clôturée le 31 août 2012.

Site Internet : www.accenture.com/fr



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services financiers [p.32](#)
- Zoom marché #2 : Logement [p.44](#)
- Zoom marché #3 : Nutrition [p.53](#)
- Zoom marché #4 : Emploi [p.62](#)
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile [p.72](#)
- Zoom marché #6 : Santé [p.81](#)



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

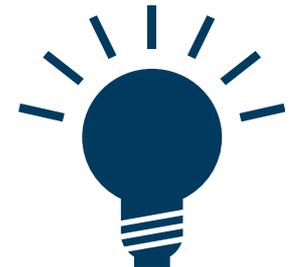
- OBJECTIFS

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** »



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

Création de
valeur sociale



Création de
valeur économique 10



• 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

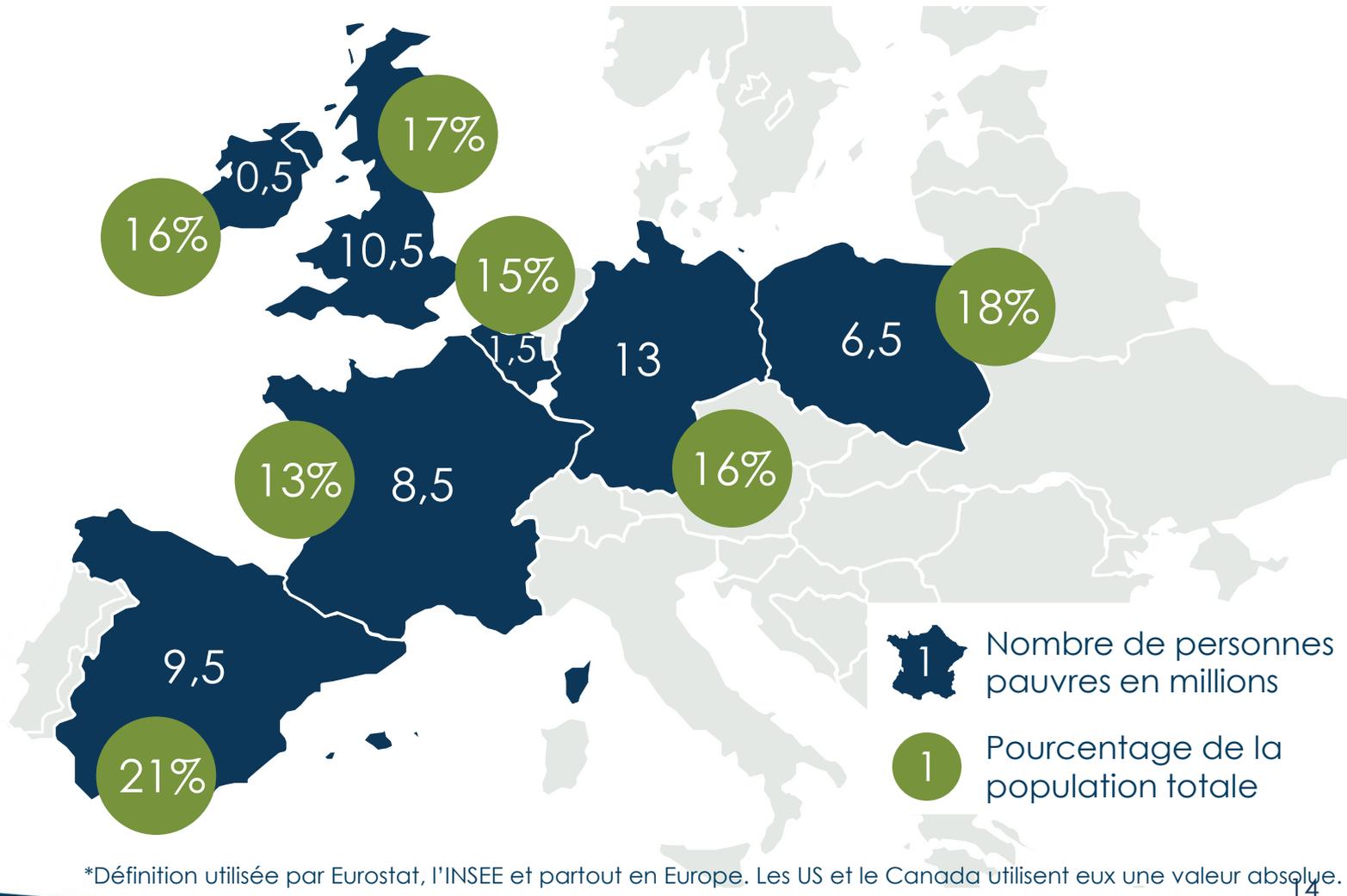
Espagne

France

Irlande

Pologne

Royaume-Uni



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

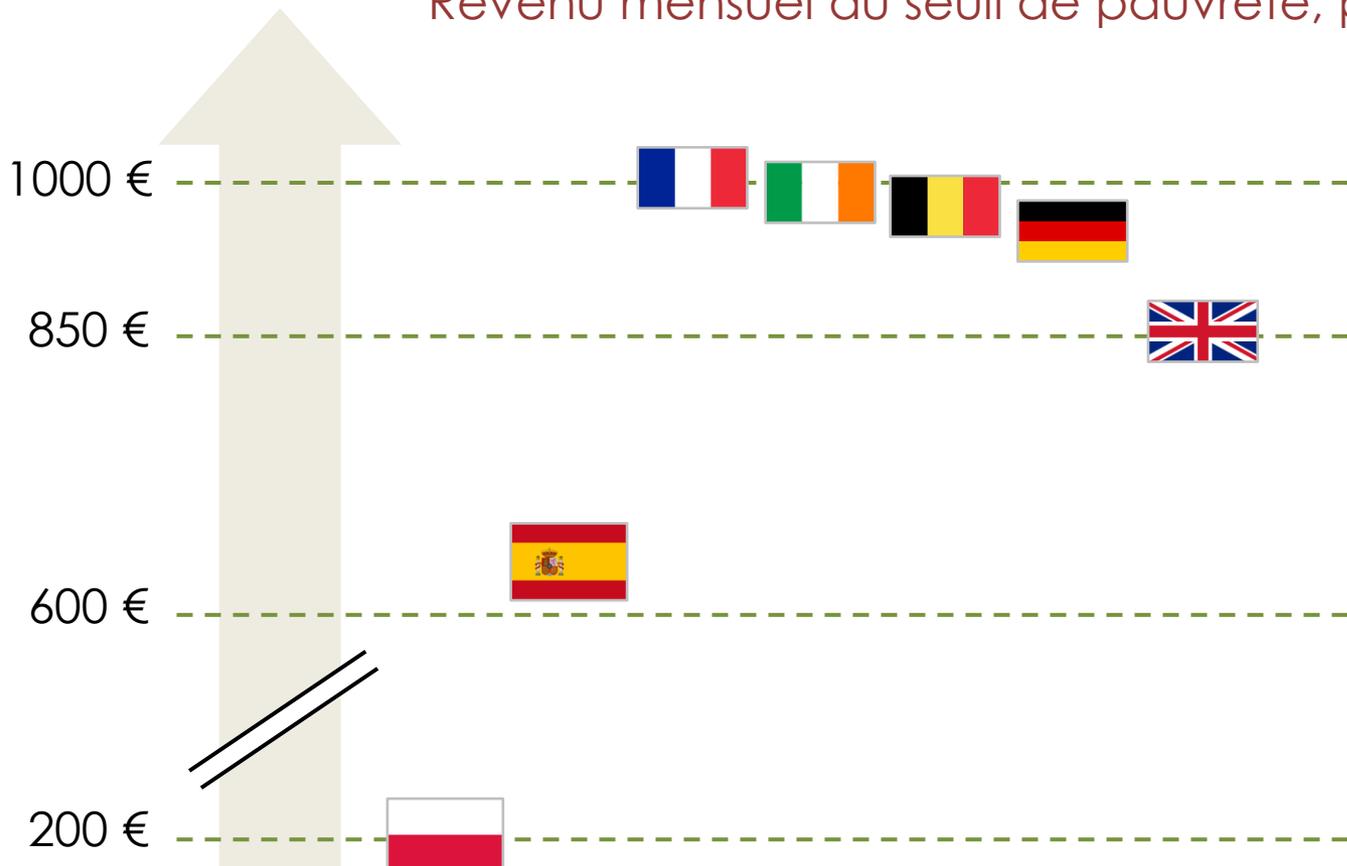


50 MILLIONS DE PERSONNES PAUVRES

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)



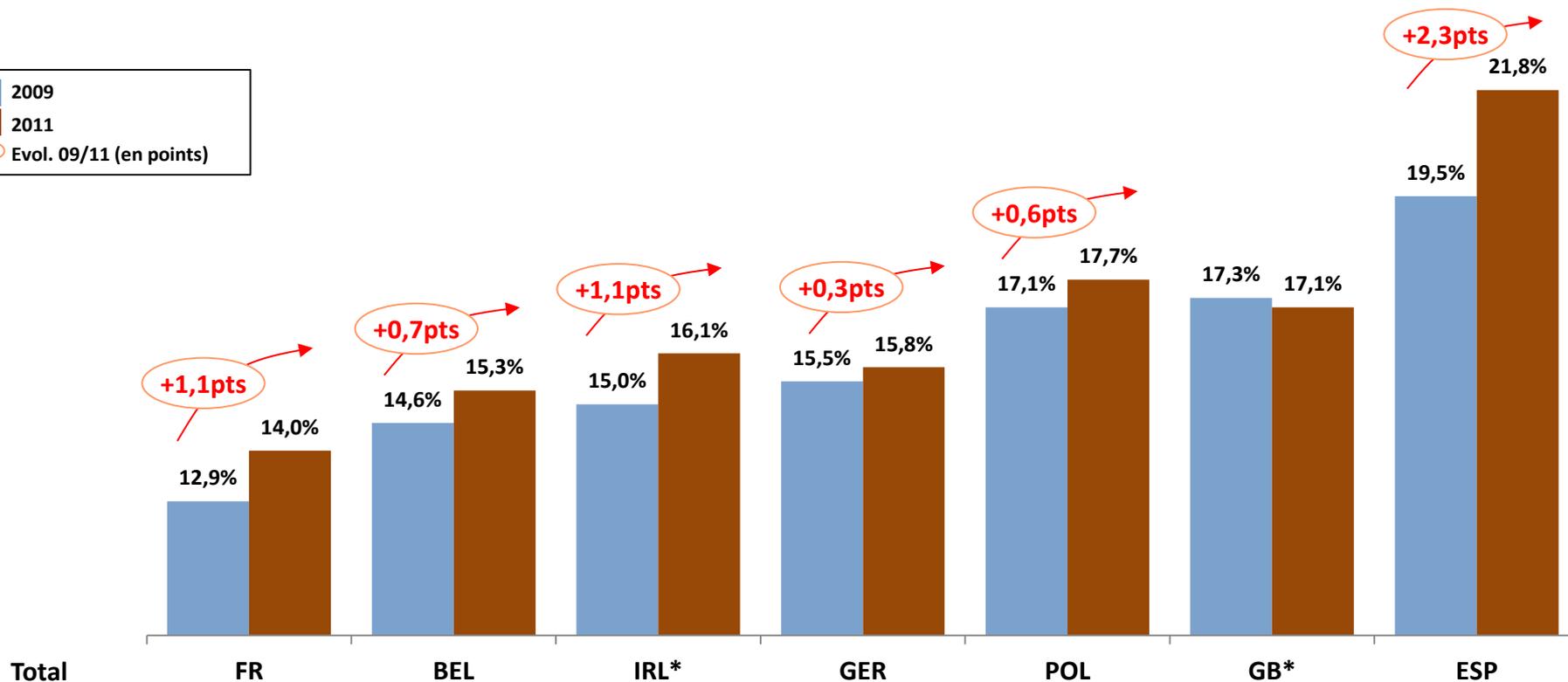
*Définition utilisée par Eurostat, l'INSEE et partout en Europe. Les US et le Canada utilisent eux une valeur absolue.



UNE POPULATION DE PERSONNES PAUVRES QUI AUGMENTE DEPUIS 2009

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

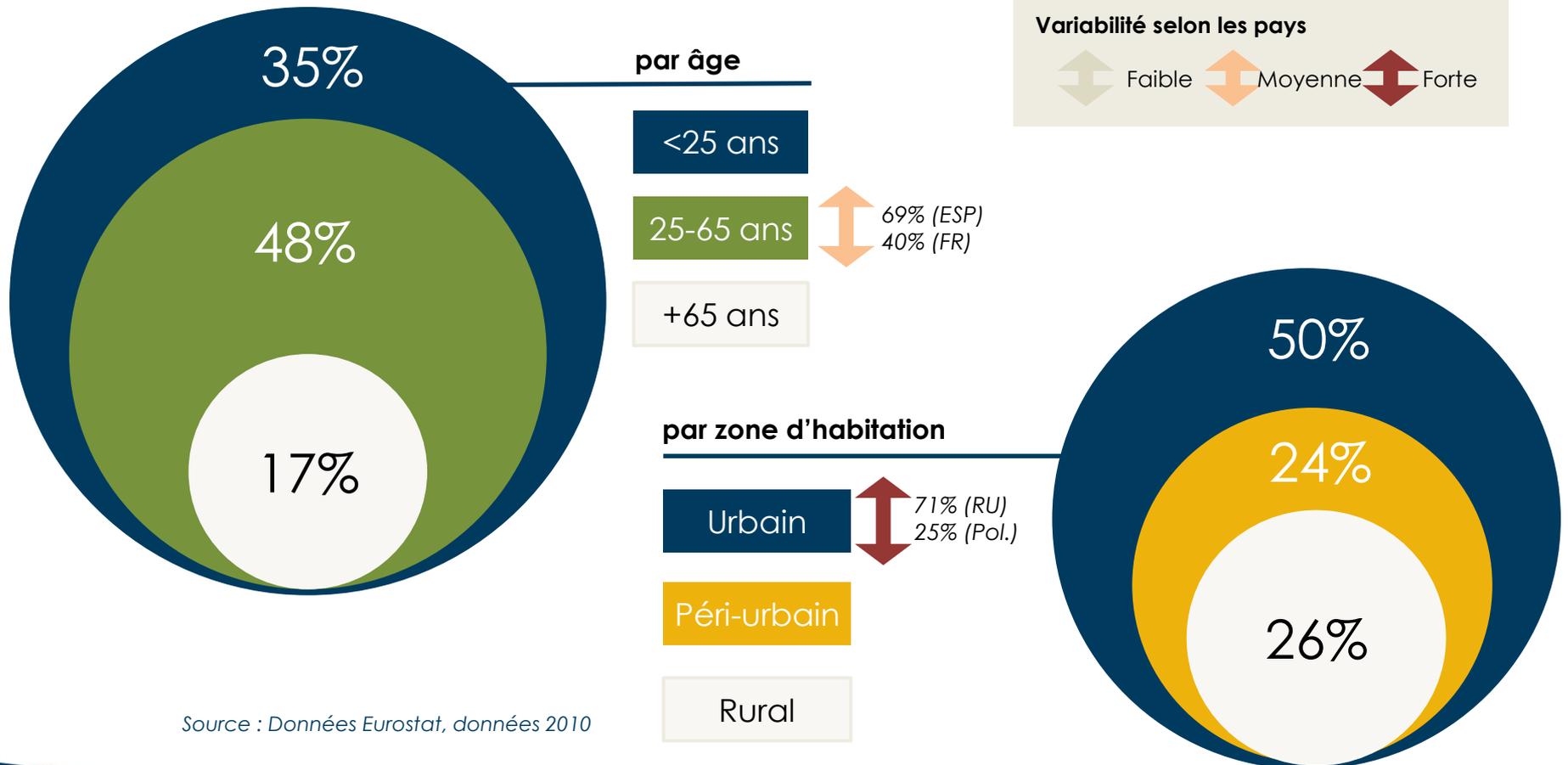
Evolution 2009- 2011 du pourcentage de personnes pauvres



Source : Données Eurostat
* Evolution 2009-2010

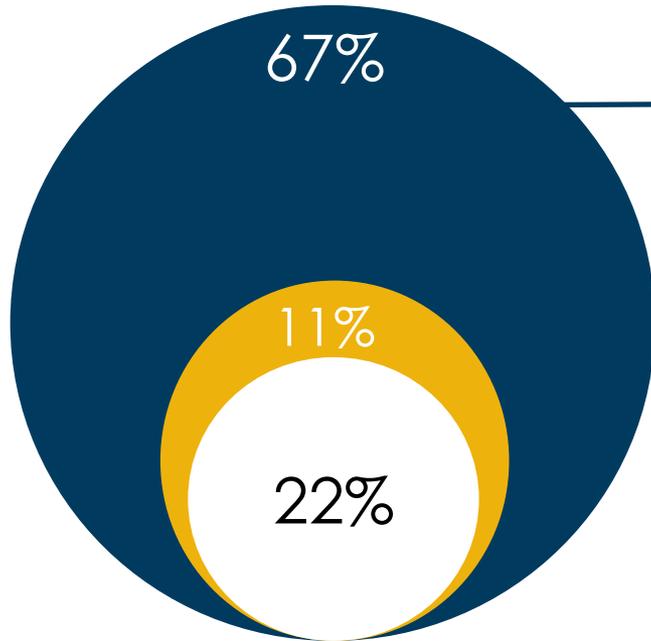


• RÉPARTITION DE LA POPULATION PAUVRE

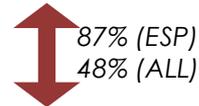




RÉPARTITION DE LA POPULATION PAUVRE



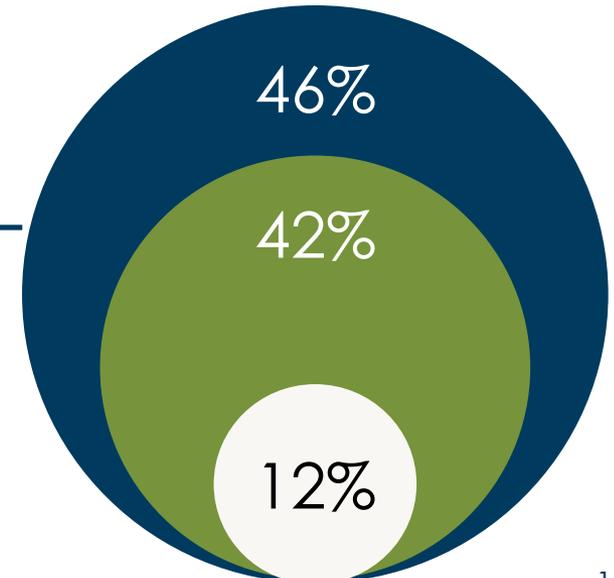
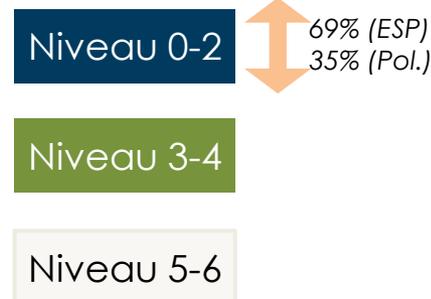
en fonction de la structure familiale



Variabilité selon les pays



chez les 15-74 ans par niveau d'étude¹

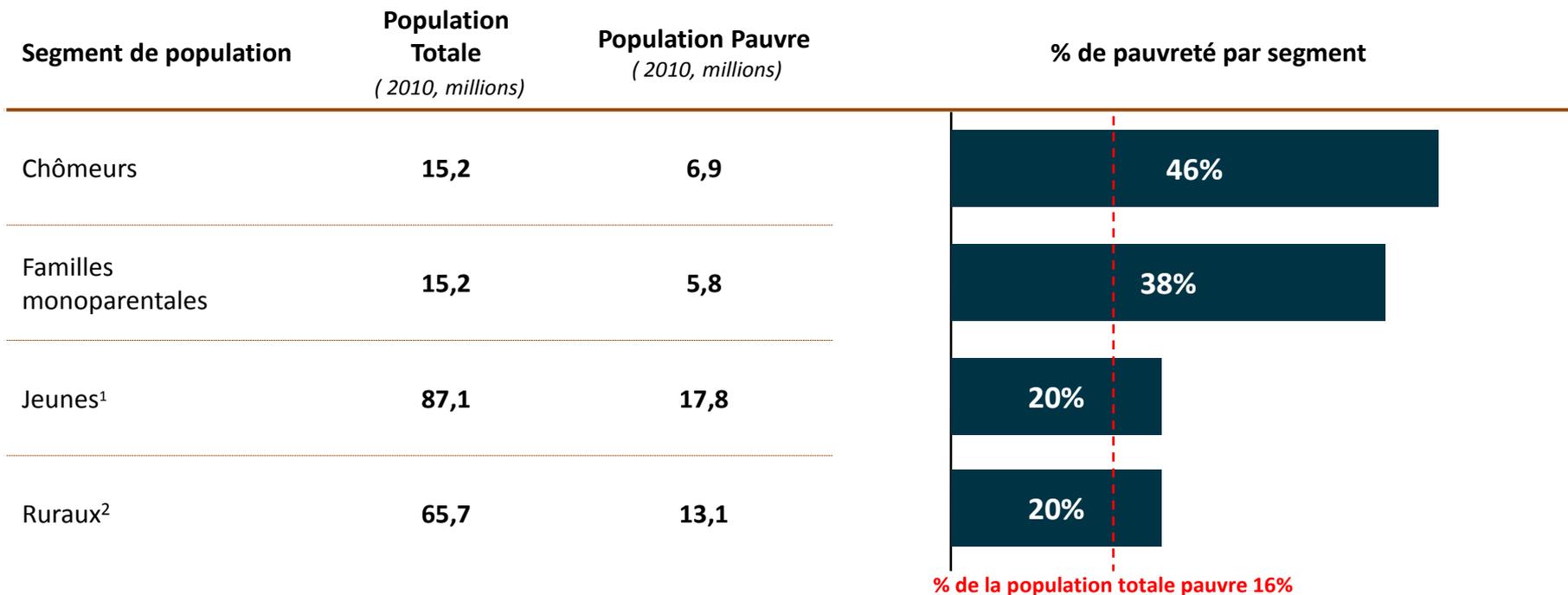


Source : Données Eurostat, données 2010

¹ Niveaux 0-2 : Education préprimaire, 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



Taux de pauvreté au sein des segments de la population les plus exposés



En outre, 49% des personnes en situation de privation matérielle sévère³ (9,1 M) ne sont pas considérés comme pauvres selon la définition statistique

1/ Par jeune, on entend moins de 25 ans. 2/ Personnes vivant dans des zones faiblement peuplées, où se trouvent moins de 1000 habitants au km².

3/Situation de privation matérielle grave : Conditions de vie fortement affectées par le manque de ressources, avec 4 critères de privation simultanés (régler le loyer ou les factures pour les services d'utilité publique, chauffer convenablement le domicile, consommer de la viande, du poisson ou un équivalent protéiné tous les deux jours, acheter une voiture, acheter une machine à laver le linge, acheter une télévision couleur, faire face à des dépenses imprévues, partir en vacances hors du domicile une semaine par an, payer une connexion téléphonique).



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.

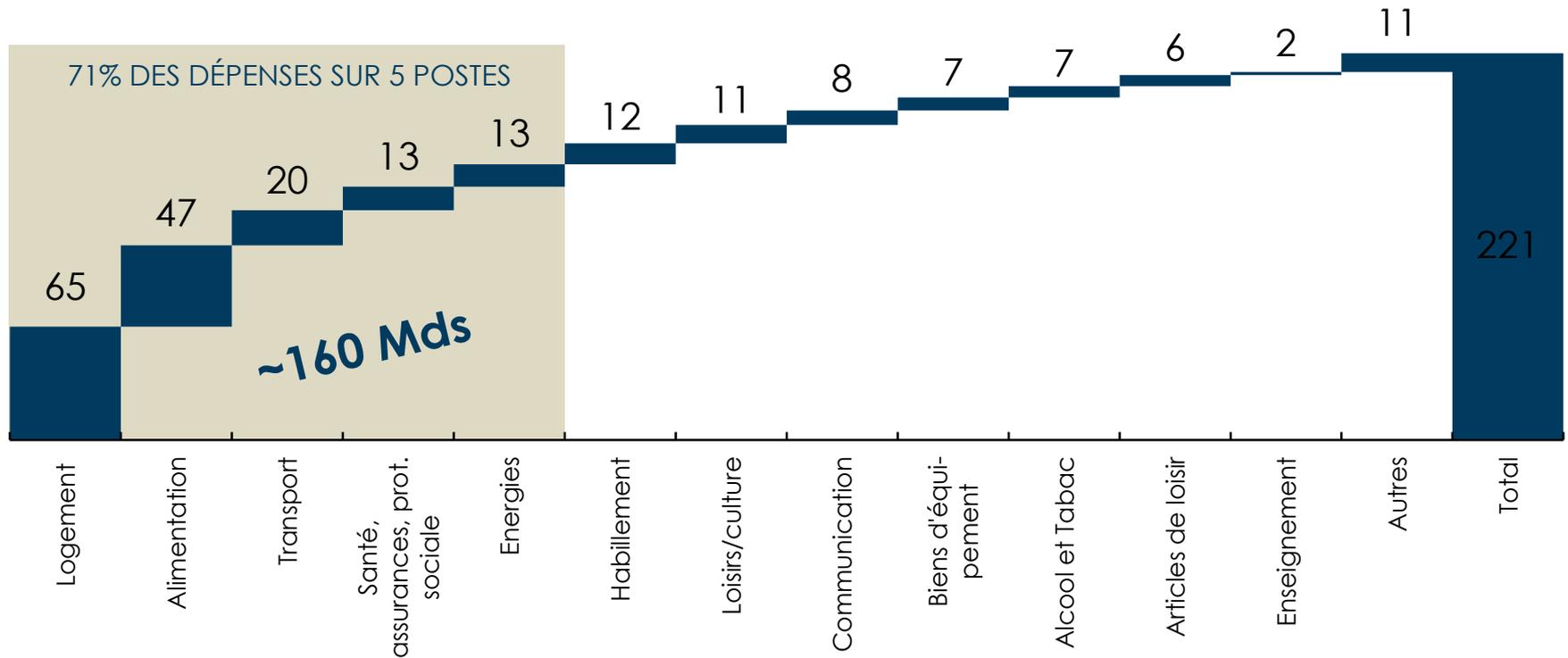


“LOW INCOME DOES NOT MEAN NO INCOME”

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

220 MDS

D'EUROS DE DÉPENSES TOTALES
DES POPULATIONS PAUVRES EN
2010



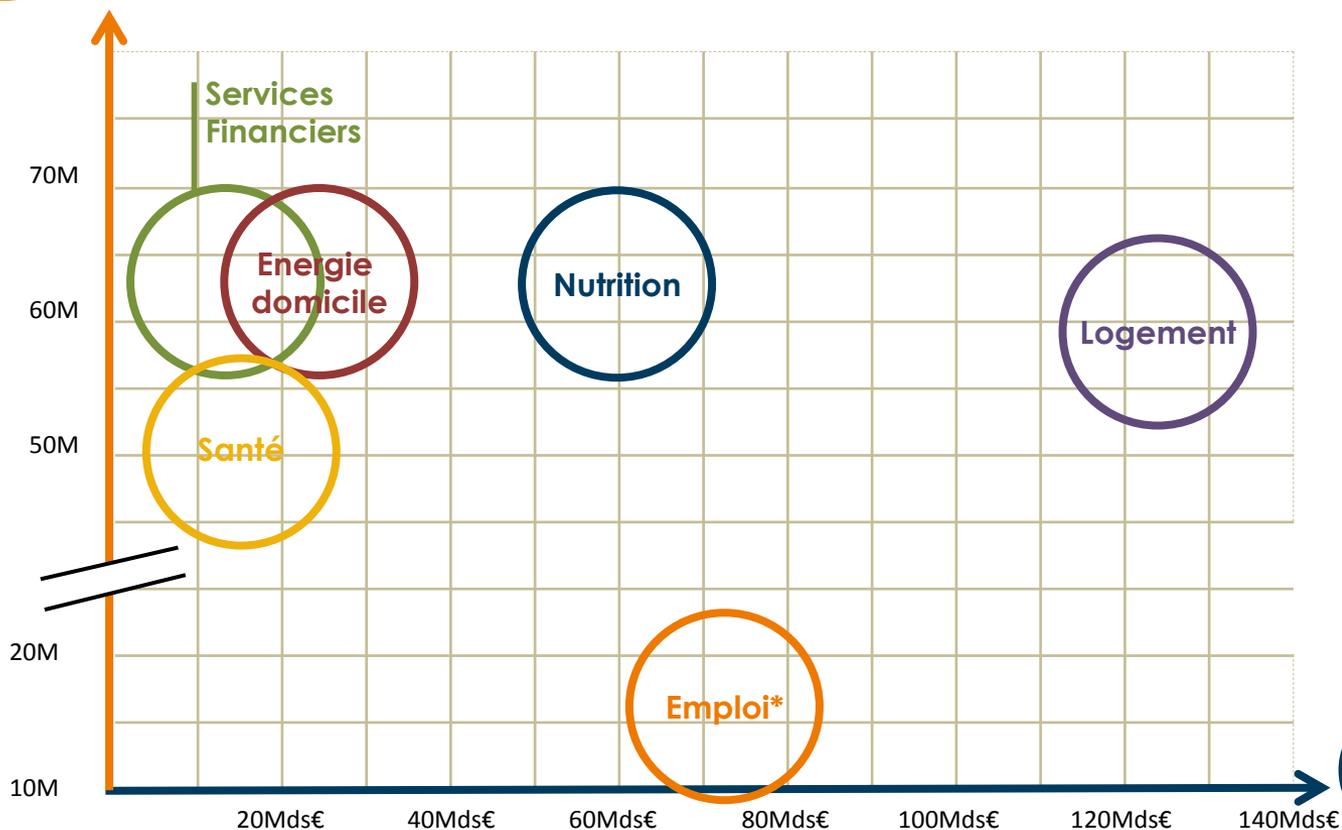
Source : Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/ countries national statistic offices
Répartition des dépenses des pauvres assimilées aux dépenses du 1er quintile de la population de chaque pays, en 2005



6 MARCHÉS LIÉS À DES BESOINS ESSENTIELS

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

1 Nombre de personnes ciblées (populations pauvres et vulnérables)



2 Taille du marché direct

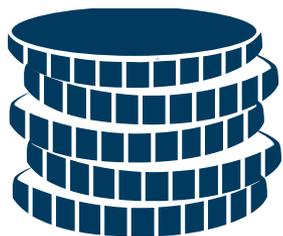
- Dépenses des ménages
- Dépenses de l'état
- Marché des populations « sensibles » avec des besoins similaires

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



• 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



- 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



• 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



• 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 efficaces

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

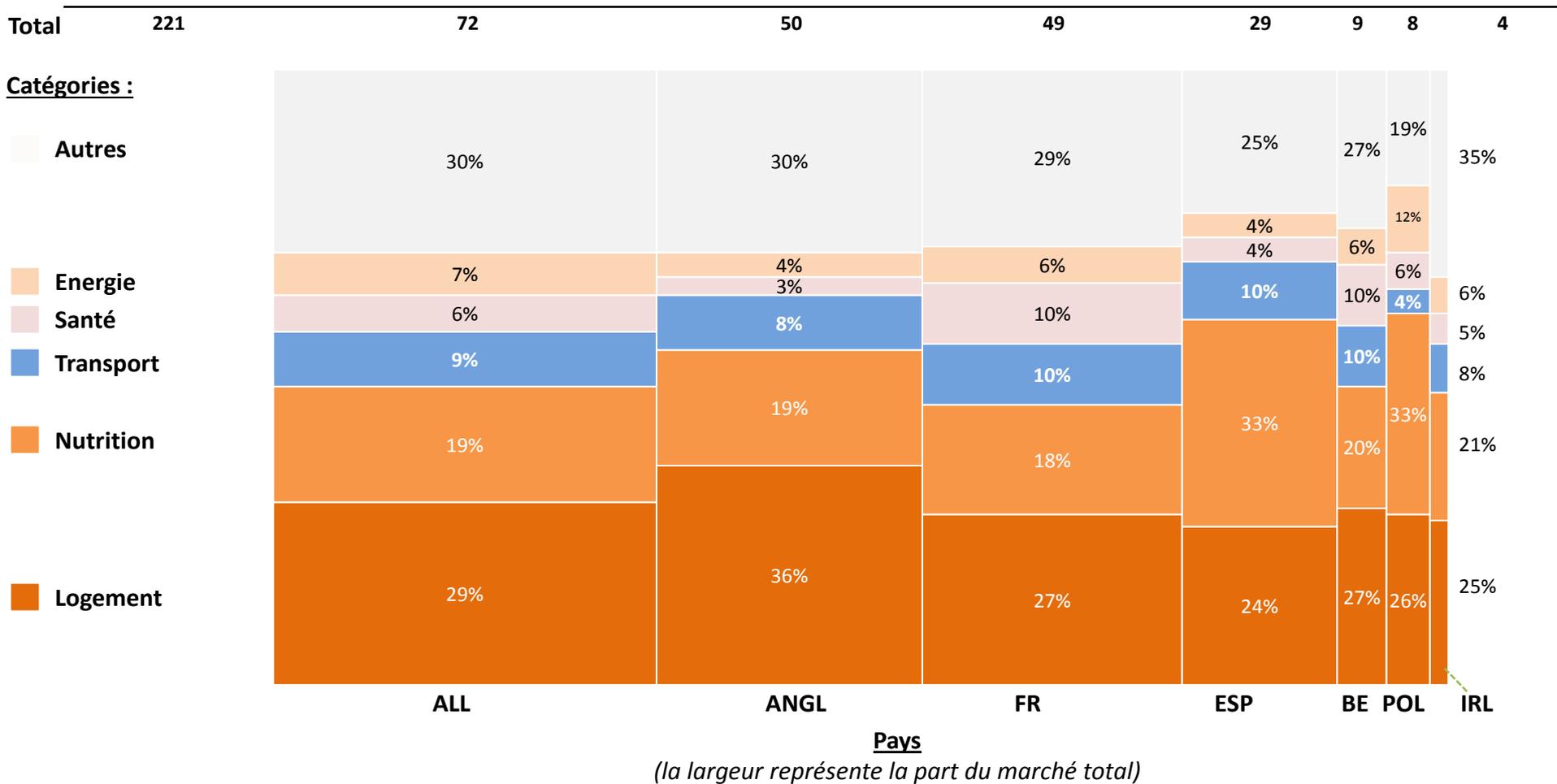


3 PAYS COUVRANT ¾ DES MARCHES

ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition des dépenses des pauvres par catégorie et par pays 2010

Taille marché (2010, milliards)



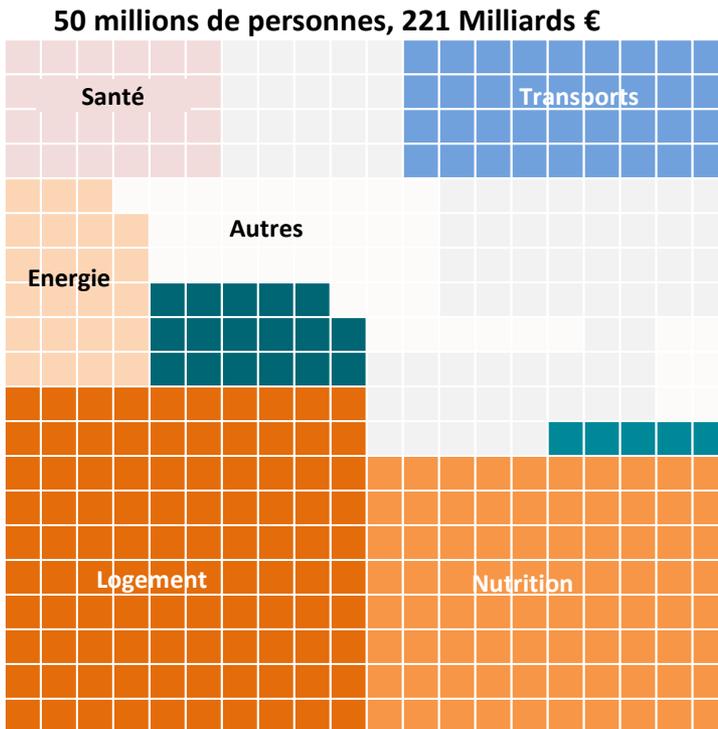
Source : Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/Countries national statistic offices



DES DEPENSES DE LOGEMENT PLUS IMPORTANTES DANS LES PAYS EUROPEENS

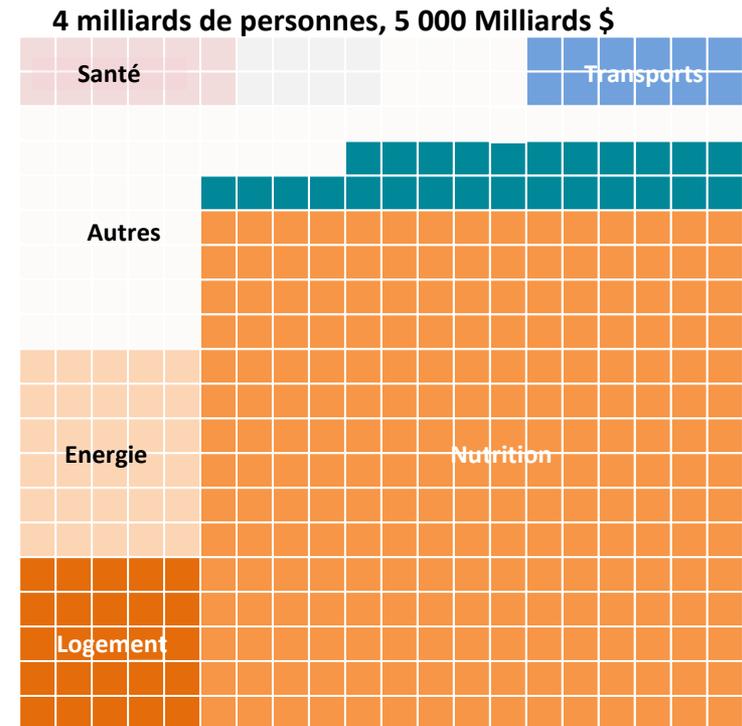
ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition des dépenses des pauvres, 2010 ⁽¹⁾



Sont pris en compte dans le poste **Autres** : alcool et le tabac, les biens d'équipement, l'enseignement, les frais financiers, l'habillement, les loisirs et articles de loisir et les autres biens et services non encore mentionnés.

Répartition des dépenses des populations BoP* des pays en voie de développement /émérgents, 2007 ⁽²⁾



* Population gagnant en 2005 moins de \$3000 par mois, dans 36 pays en voie de développement/émérgents, soit 4 milliards de personnes environ. BOP= Base of the Pyramid.

Sources :

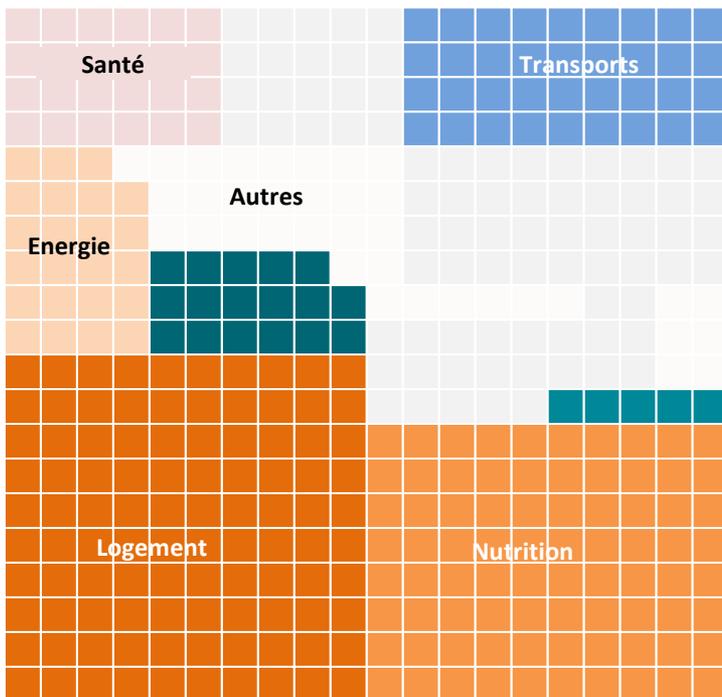
- (1) Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/Countries national statistic offices
- (2) The Next 4 Billion, World Resources Institute International Finance Corporation, 2007



DES DEPENSES « VITALES » EN PRIORITE

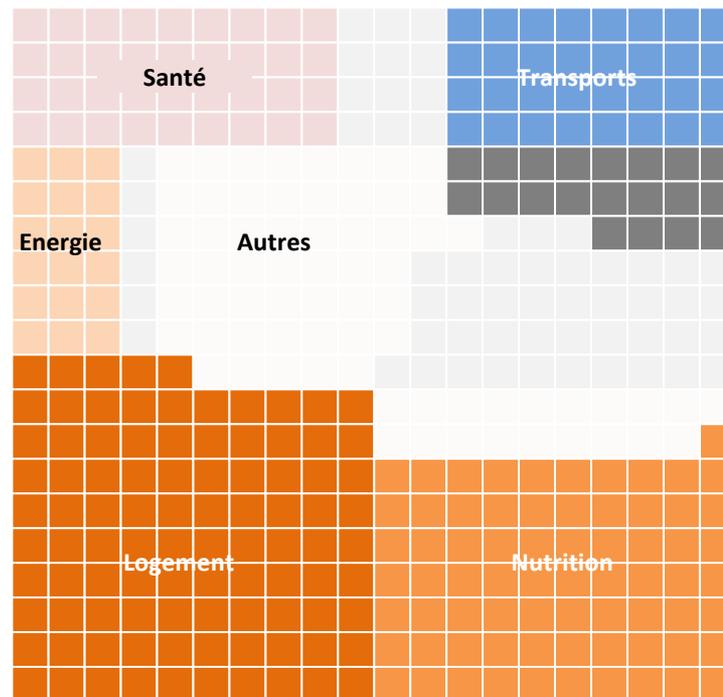
ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition des dépenses des pauvres⁽¹⁾



Sont pris en compte dans le poste **Autres** : alcool et le tabac, les biens d'équipement, l'enseignement, les frais financiers, l'habillement, les loisirs et articles de loisir et les autres biens et services non encore mentionnés.

Répartition des dépenses moyennes des ménages⁽²⁾



Sont pris en compte dans le poste **Autres** : alcool et le tabac, les biens d'équipement, l'enseignement, les frais financiers, l'habillement, les loisirs et articles de loisir et les autres biens et services non encore mentionnés.

Sources :

- (1) Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/countries national statistic offices
- (2) Eurostat, 2005 (dépenses et répartition des dépenses), 2010 (nombre de ménages)



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services Financiers
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé



1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

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

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

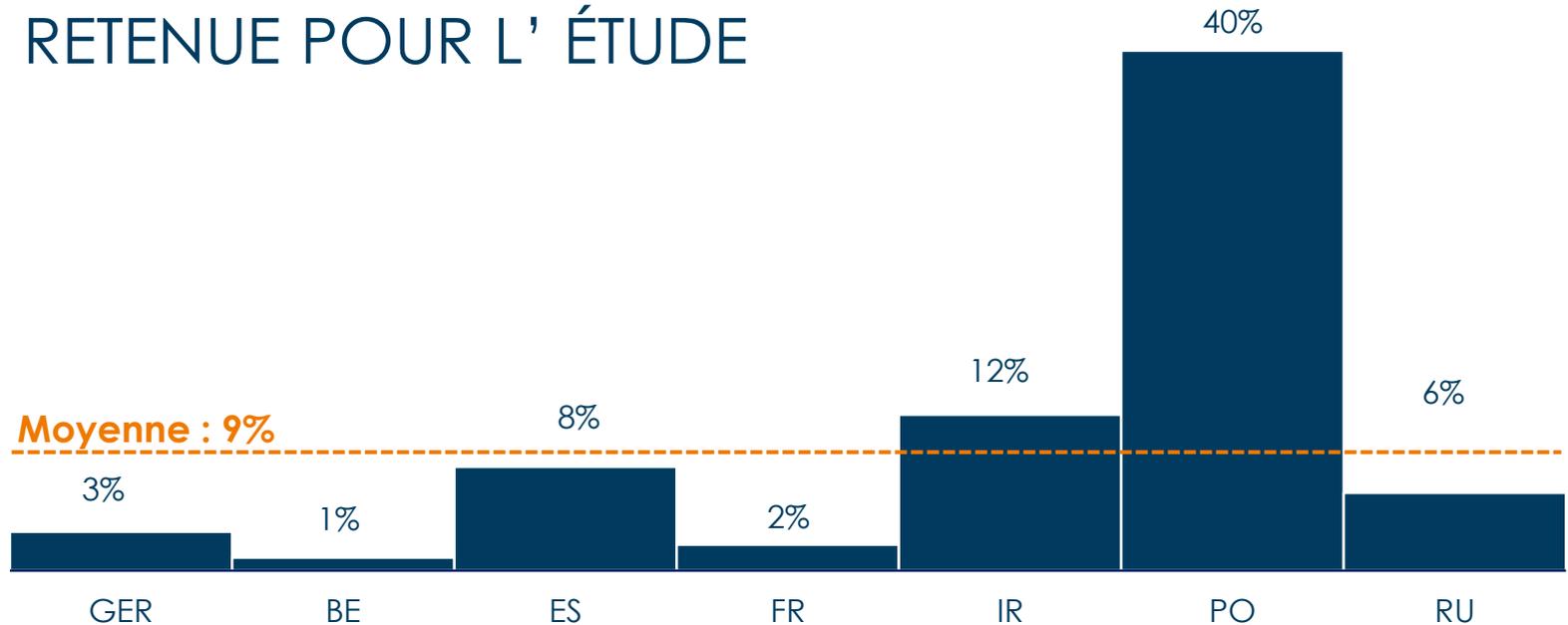
- Le chiffre d'affaires (actuel et potentiel) des organismes financiers en :**
- compte bancaire de transaction
 - compte d'épargne
 - micro-crédit des particuliers



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



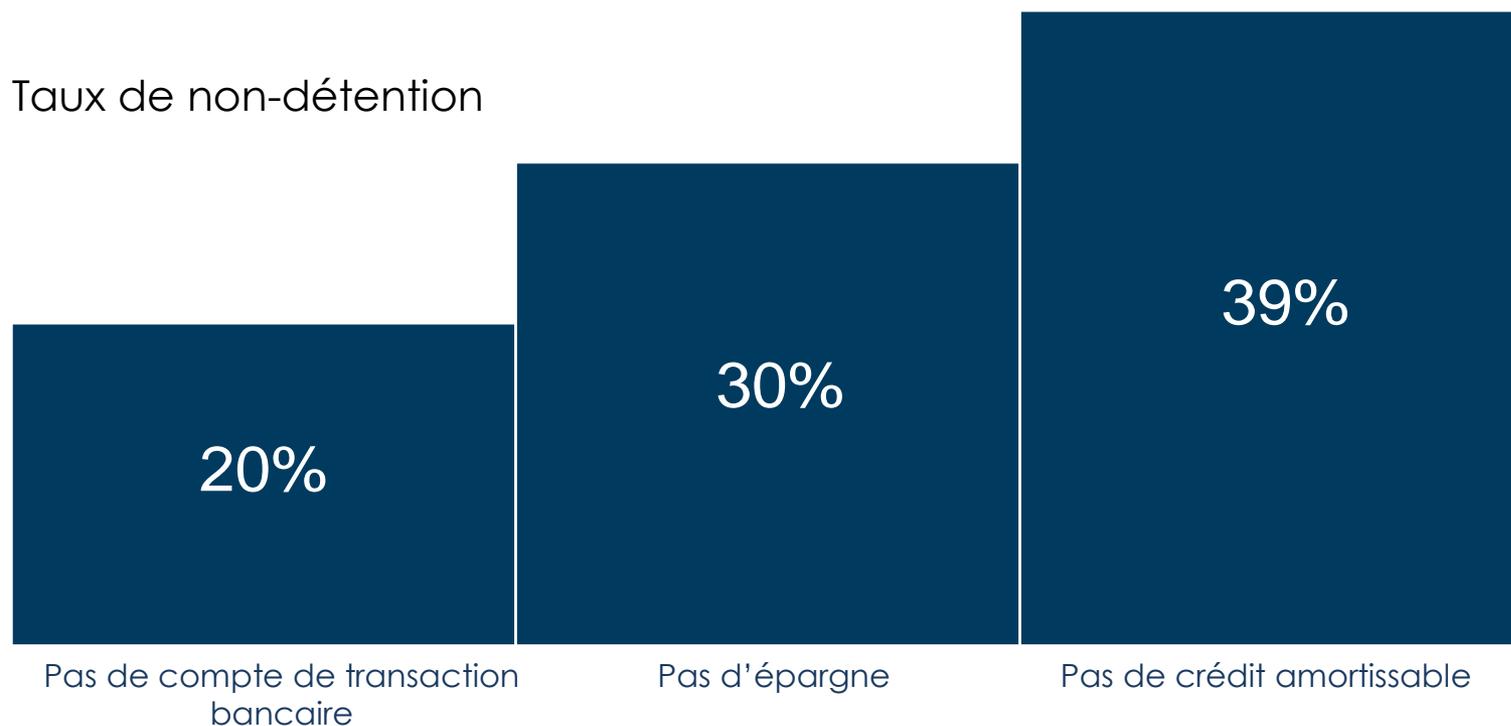
UNE DÉFINITION STRICTE DE L'UE RETENUE POUR L'ÉTUDE





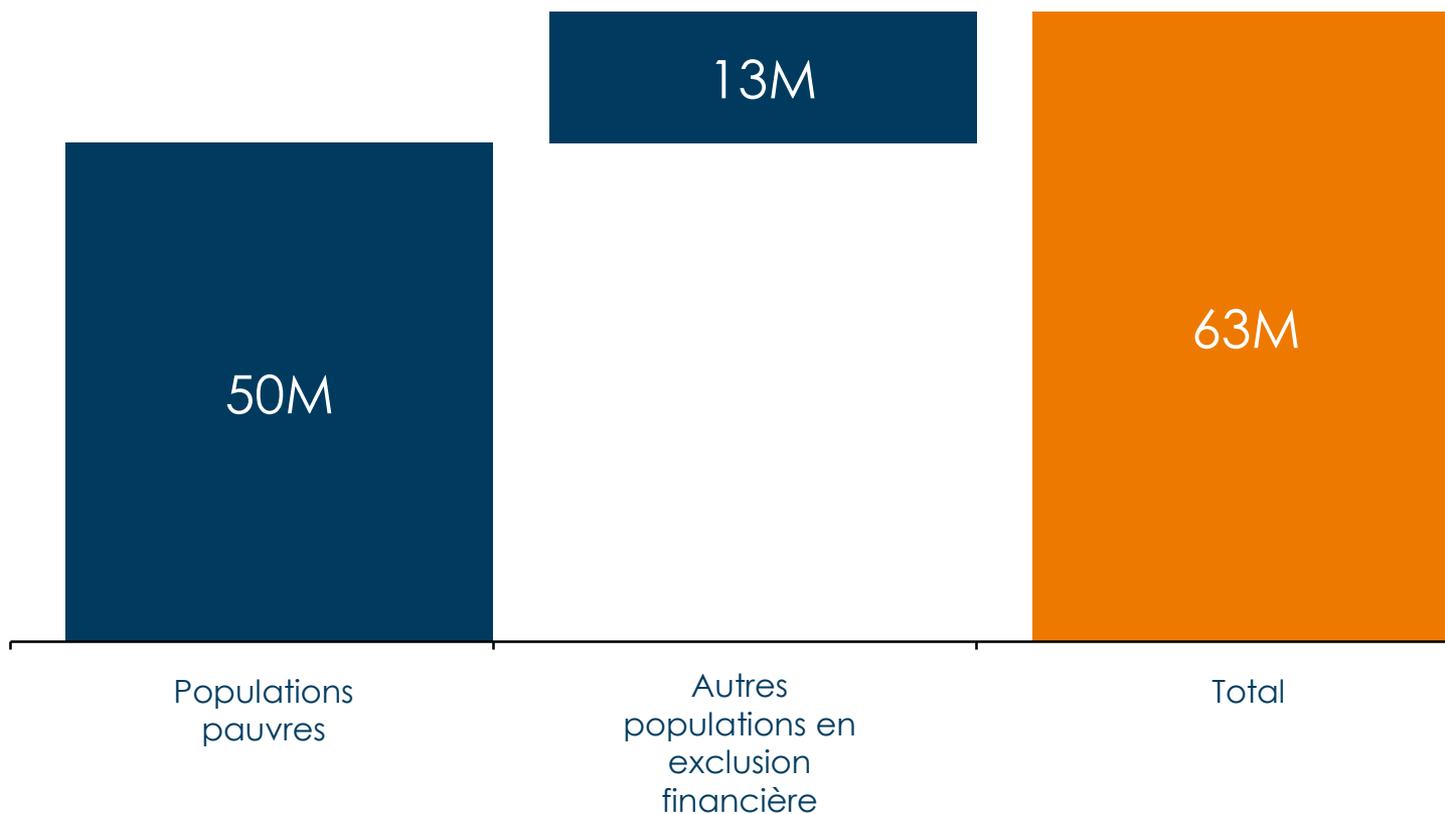
AU DELÀ DE CETTE DÉFINITION

d'autres situations d'exclusion



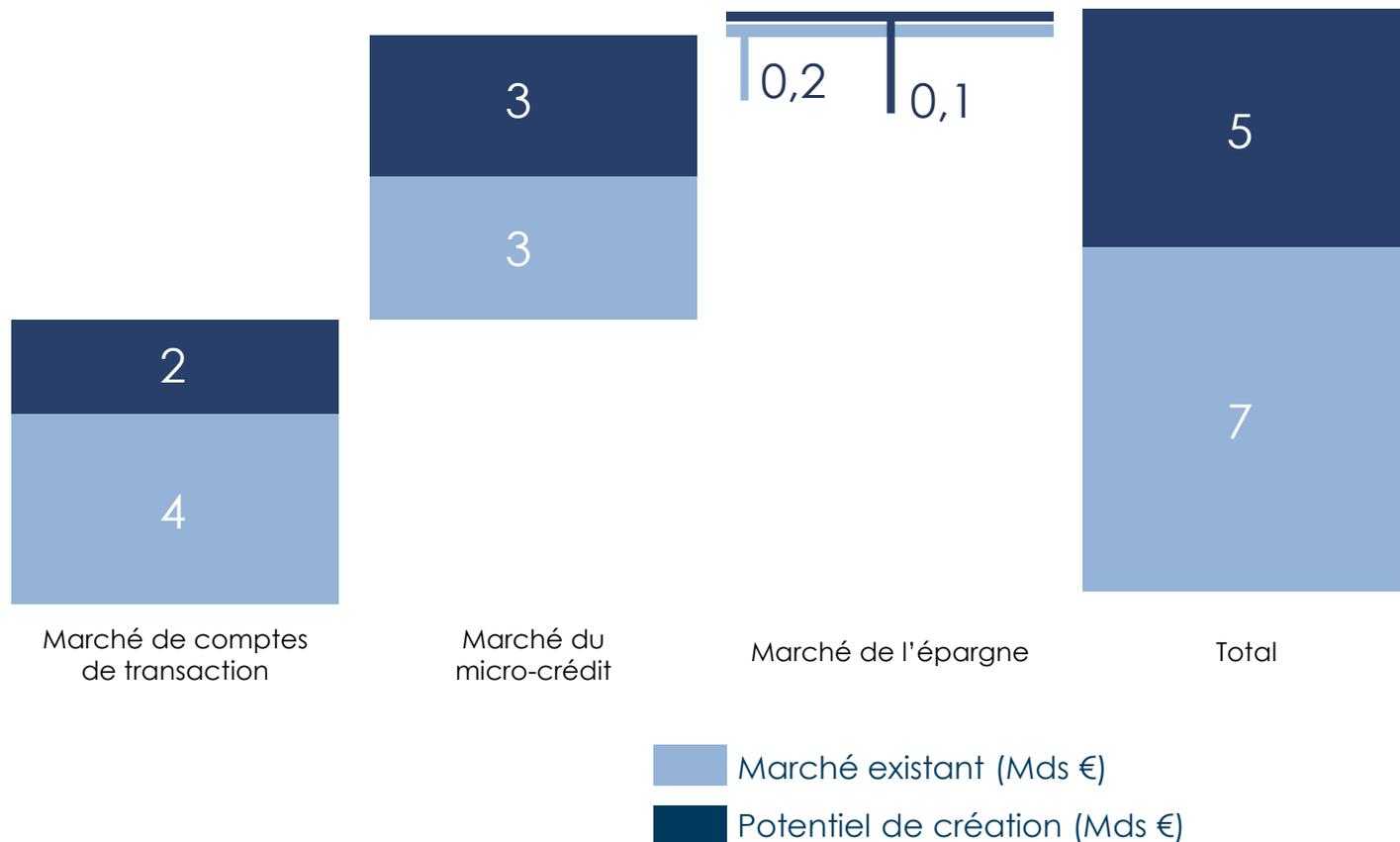


63 MILLIONS DE PERSONNES (20% DE LA POPULATION)





ENVIRON 12MDS d'EUROS





A. L'exclusion financière : antichambre de l'exclusion sociale

- Des progrès réalisés : en France, le taux de détention d'un compte épargne (souvent utilisé en tant que seul compte par les publics fragilisés) par des bénéficiaires de minima sociaux est passé de 11% à 30% entre 2001 et 2009
- Mais de fortes poches d'exclusion persistent

1. Un faible niveau d'éducation

- Des produits sophistiqués et très diversifiés et une gestion des risques non optimisée (finance et assurance)
 - Difficultés de compréhension des produits: en France en 2010, 15% des ménages pauvres déclaraient avoir une très mauvaise connaissance de la banque. Moins de 1% des personnes pauvres en litige font appel au médiateur bancaire
 - Utilisation inadéquate des services: 78% des personnes passant devant la commission de surendettement ont plus de 8 crédits en activité

2. Des produits inadaptés

- Des innovations produits limitées car ces populations sont considérées comme à haut risque, et des mécanismes de sélection défavorables (méthodes de scoring)
 - Mauvaise appréhension et peu d'accès aux produits existants: en France, en 2010, le potentiel de micro-crédits est estimé à plus de 500 000 alors que seulement de 10 000 à 12 000 sont accordés chaque année

3. De faibles ressources

- Des taux d'intérêts élevés dû au profil de risque (dynamiques également à l'œuvre dans le champ de l'assurance)
 - Difficultés de remboursement et de surendettement (perte de contrôle) en France en 2010 : 780 000 personnes en situation de surendettement
 - En 2010, 54% des personnes surendettées avaient des revenus inférieurs ou égaux au SMIC et 26% étaient au chômage
 - Effet « double peine » (la gestion du coût de l'argent est proportionnellement plus élevée pour les personnes pauvres). Au RU, les personnes pauvres dépensaient 11% de leurs revenus au paiement de prêts aux taux d'intérêts élevés (2010)



B. Une source de coûts importants

Au-delà des conséquences désastreuses sur l'exclusion sociale, les effets de l'exclusion financière représentent une source de coûts importants pour les opérateurs financiers et les collectivités locales

Coût de traitement des dossiers de surendettement en France :

- 1.2 milliard d'effacement total par an pour les établissements de crédit et 2 milliards d'effacement partiel
- 230 millions pour la collectivité publique pour le seul fonctionnement des commissions de surendettement

En France en 2010, environ 6.2 milliards € d'encours sont traités en commission de surendettement, soit environ 182 000 dossiers avec un niveau moyen d'endettement de 34 000 €



1. Manque de ciblage

- Faible connaissance des modes de consommation et des besoins des populations pauvres
- Produits bancaires et financiers souvent conçus à destination de cibles autres que les personnes pauvres
- Déficit d'actions publiques concernant la prévention du surendettement (éclatement de l'accompagnement social)
- Manque d'accessibilité des services bancaires (fermetures régulières d'agences dans les quartiers « difficiles », accès limité à internet)



2. Manque d'information

- Peu de visibilité des offres sociales des institutions financières (il en existe 160 en France)
 - En France, par exemple, le GPA (Gamme de paiements alternatifs), qui propose des solutions financières pour les populations précaires, est très peu connu
 - Peu de référencement de l'offre de micro-crédit
- Manque de compréhension des mécanismes / conditions de fonctionnement et de tarification des produits bancaires et financiers avec pour conséquences possibles des utilisations inadaptées / non-maîtrisées
- Manque de connaissance de leurs droits par les populations vulnérables



3. Relations complexes

- Une méfiance à propos des institutions financières de la part des personnes pauvres ainsi qu'un déficit en matière de pratiques et d'usages
- Un phénomène « d'autocensure » dans la consommation des produits financiers pour éviter le refus et la stigmatisation associés



1. Produits et services innovants

- Services financiers adaptés au mode de vie, de consommation et aux besoins de populations pauvres (petits achats fréquents, modulation de remboursement, accessibilité...)
- Développement du micro-crédit personnel et de la microfinance: lien entre acteurs bancaires et sociaux
- Multiples innovations en micro finance dans les pays émergents (basées sur l'insight de Muhammad Yunus que les pauvres sont solvables) applicables en Europe

2. Adaptation du marketing bancaire

- Communication alignée sur les références des populations pauvres (relation à l'argent, à l'emprunt, et aux organismes financiers)
- Amélioration de la compréhension et de la communication entre banques et populations pauvres: simplification du marketing des produits
- Potentiel de communication des innovations en faveur des cibles vulnérables dû à l'intérêt croissant pour des institutions financières qui ont de vraies valeurs



3. Accompagnement et éducation financière des populations

- Accompagnement continu dans l'acquisition de services financiers
- Transformation de la relation entre les banques et les personnes vulnérables : détection et prévention du surendettement, orientation vers des acteurs sociaux spécialisés

4. Changement du cadre de fonctionnement

- Création d'un cadre légal juridique favorable incitant à l'innovation sociale
- Diffusion et amélioration de la gamme de paiements alternatifs (opérations effectuées par virement, prélèvements, TIP et cartes de paiement à autorisation systématique)



Manque de Ciblage

Manque d'Information

Relations Complexes

Innovation

- **Plateforme de prêts en ligne pour petits projets**
Kiva, Etats-Unis, Babyloan, France
- **Micro-crédits personnels et professionnels adaptés aux populations à risque**
Fair Finance, UK
- **Micro-épargne responsable**
Spear, France

- **Service d'informations financières par mobile**
Monilink Royaume Uni, Movilor, France
- **Outils de développement et de mesure de l'investissement éthique dans les collectivités**
Urban Logic In, USA

- **Autonomisation des immigrants par la mutualisation des ressources communautaires**
Association of Self-Financed Communities, Espagne

Marketing

- **Adaptation des messages dans la communication externe**
Credit Unions, UK

- **Facilitation de la communication avec les clients issus de minorités**
Lloyds TSB, Halifax, HSBC, UK



Manque de Ciblage

Manque d'Information

Relations Complexes

Accompagnement

- **Coaching des services publics et financiers via des équipes de proximité**
PIMMS, France
- **Prévention du surendettement, accompagnement, éducation des ménages et collaboration avec des institutions financières**
CRESUS, France
- **Eveil des enfants aux concepts financiers de base**
Aflatoun, Monde, CCSF, USA
- **Assistance pour comprendre les modalités d'ouverture d'un compte**
Services Against Financial Exclusion, Parcours Confiance de la Caisse d'Epargne, France
- **Services juridiques pour informer les citoyens de leurs droits**
Droits Quotidiens, Belgique
- **Apport d'expertise sur le fonctionnement des services/produits, accompagnement de projets**
Barclays, UK
- **Détection précoce des publics fragiles et services de social business pour ces populations**
La Banque Postale, France

Cadre Légal

- **Création d'un label** pour les banques adoptant des mesures d'adaptation de leurs produits aux besoins des communautés auprès desquelles elles opèrent cf. *Community Reinvestment Act, USA*
- **Label de la finance solidaire**
Finansol, France
- **Création d'un fichier positif** recensant l'ensemble des crédits des ménages
- **Lobbying en faveur des micro-entrepreneurs défavorisés**
Insolvency Anonymous, Allemagne
- **Collaboration d'experts juridiques, économiques et médias pour lutter contre la double peine**
Center For Economic Justice, USA



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services Financiers
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé



1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Les populations **pauvres**
2. Les populations des **1^{er} et 2^{ème} quintiles** de revenu dépensant +40% de leurs dépenses sur le poste logement¹

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

1. Le chiffre d'affaires lié aux dépenses de logement²
2. Le chiffre d'affaires lié à la construction de nouveaux logements
3. Le chiffre d'affaires lié à la rénovation/maintenance des logements existants

Autres marchés non chiffrés

4. Le montant des aides de l'Etat (aide au logement, logements sociaux), en dehors des populations ciblées

1/ Source Eurostat, dépenses incluant également la consommation d'énergie

2/ CPO4 COICOP (hors CPO45, électricité, gaz et autres combustibles, i.e loyer, entretien et réparation courante du logement, adduction d'eau et autres services relatifs au logement), CP112 - Services d'hébergement



ESTIMATION DU MARCHÉ

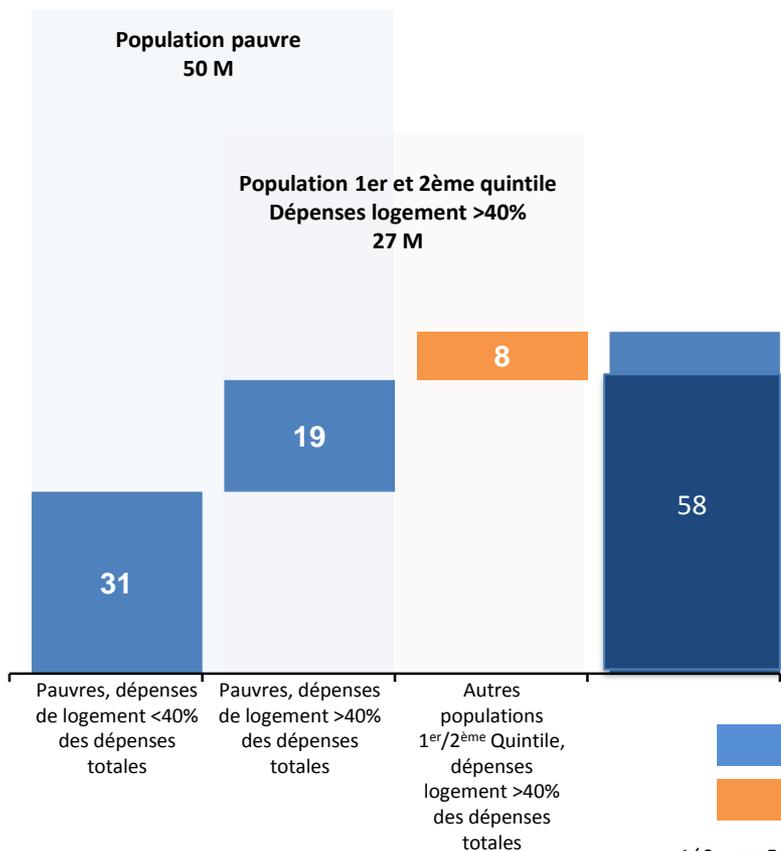


ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

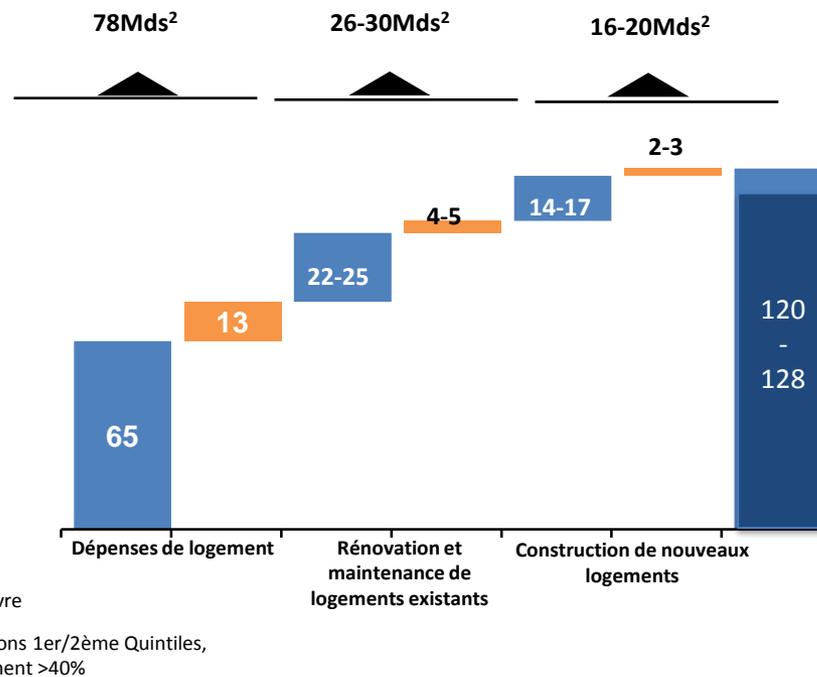
1 Un marché regroupant 58M de personnes en 2010...

2 représentant environ 124 Mds€

Populations vulnérables, en millions, 2010¹



Estimation du marché du logement pour les populations vulnérables, 2010 (en milliards d'euros)



1/ Source Eurostat

2/ Estimations Accenture. Estimation du marché de la construction du logement et de la rénovation de logements sur la base de taille de marché 2011, extrapolée sur les populations ciblées en 2010 – La quote-part des coûts de rénovation effectuée par les particuliers et incluse dans les dépenses de logement a été soustraite des coûts de rénovation



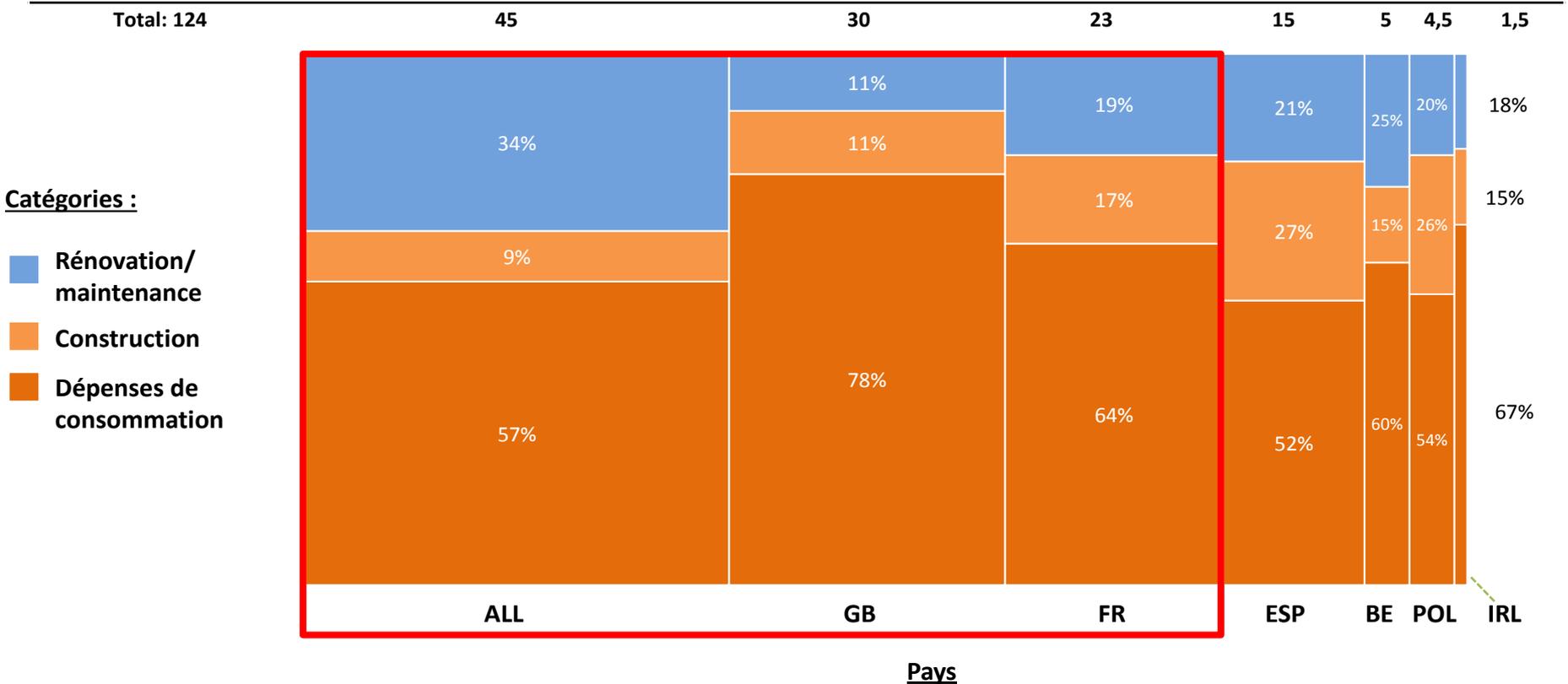
REPARTITION DU MARCHÉ PAR PAYS



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition du marché logement par catégorie et par pays 2010

Taille du marché (2010, milliards)



Catégories :

- Rénovation/maintenance
- Construction
- Dépenses de consommation

Pays
(la largeur représente la part du marché total)

Source : Estimations Accenture. Estimation du marché de la construction du logement et de la rénovation de logements sur la base de taille de marché 2011, extrapolée sur les populations ciblées en 2010



1. Un coût « contrainte » très important

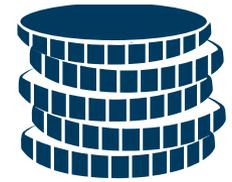
- Les pauvres consacrent en 2010 près d'un tiers de leurs dépenses au logement. Près de 40% d'entre eux, 19 millions, y consacrent plus de 40% (dépenses pré-engagées)
- Respectivement 5 millions de personnes pauvres (14% de plus qu'en 2005) et 8 millions de personnes non pauvres sont en situation d'arriérés d'hypothèque, de loyer ou de facture
- Effet « double peine » sur le logement : les ménages pauvres paient plus cher par m² notamment les loyers du locatif, l'assurance habitation, les crédits immobiliers, etc.

2. Des conditions de logement précaires

- 12 millions de personnes subissent des privations sévères : logements remplissant au moins une des conditions d'insalubrité (fuites du toit, absence de salle de bain ou de douche, toilettes extérieures ou habitation considérée comme trop sombre)
- 11 millions de personnes pauvres vivent dans un habitat surpeuplé (dont une majorité en Pologne)

3. Un déficit de logements

- Evolution forte du prix des logements et des loyers depuis 2000 (+50% en France depuis 2000)
- L'évolution de la pauvreté, des coûts liés au logement, et l'augmentation du nombre de ménages et de sa structure mènent à une demande grandissante en logements sociaux
 - Demandes de logements sociaux en attente : 1,7 millions en France; 1,6 millions en Angleterre; 100 000 en Irlande; 152 000 en Belgique
- Les logements sociaux représentent 10% du parc et 12% des logements construits en 2009
 - Ils n'abritent « que » 32 millions de personnes (environ 50 millions de pauvres), et ne sont généralement pas réservés aux seules populations pauvres



1. Coûts du foncier

- Déficits d'investissements dans le logement social
- Trop de logements relégués en bordure des villes, sans véritable logique d'aménagement cohérente et sans transports appropriés
- Problèmes de ghettoïsation et manque de mixité sociale
- Tendance à la réduction des coûts d'investissement au détriment des coûts de fonctionnement (nécessité d'une adaptation des normes et des lois)

2. Logique court-termiste

- Pour les constructeurs: qualité dégradée, matériaux non isolants, priorisation du bas coût sur la taille et la qualité du logement
- Pour les habitants : « je n'investis pas et je laisse se dégrader » menant à des coûts importants de rénovation par la suite



3. Appropriation du logement

- Faiblesse du niveau d'accompagnement individualisé actuel pour aider les habitants à s'approprier leur nouveau logement, notamment sur la technicité de l'habitat mais aussi sur les besoins des nouveaux habitants (particulièrement ceux précédemment sans logis)
- Manque d'information au niveau de la gestion de la consommation liée aux caractères spécifiques de l'habitation et de l'espace
- Manque d'information sur l'environnement du logement (commerces, écoles)



1. Le financement

- Création de mécanismes de financement innovants et durables (démembrement de propriété, bail emphytéotique)

2. Le lien social

- Identification des personnes en difficulté et de leurs besoins
- Implication des habitants afin d'améliorer l'appropriation et l'utilisation de leur logement
- Renforcement du lien social au sein des quartiers



3. La mobilisation politique

- Augmentation de l'impact des politiques publiques sur la définition des normes de construction et sur la gestion foncière

4. Les technologies

- Utilisation de nouvelles technologies (exemple: redécouverte d'anciens matériaux plus efficaces énergétiquement) afin d'optimiser le coût complet d'un bâtiment sur sa durée de vie





Coût du foncier

Logique Court-termiste

Appropriation du logement

Financement

- **Investissements solidaires** : participations à l'achat de biens immobiliers destinés à la location à des personnes à faibles ressources

Un toit pour tous, France

- **Création d'un marché du logement intermédiaire** via le mécanisme de « Community Land Trust »

B.Paterson, Royaume-Uni

- **Modèle incluant les charges dans le loyer**, incitant le propriétaire à construire des habitats efficaces énergétiquement

Chênelet, France

- **Microcrédit et accompagnement** pour les jeunes sans abris

First Place Fund for Youth, USA

- **Prise en charge de la réhabilitation de logements** dégradés en contrepartie d'une mise à disposition pour des familles en difficulté

Les Toits de l'Espoir, France

Politique

- **Entité qui influence la législation pour promouvoir les baux emphytéotiques communautaires (99 ans)**

Sostrecivic, Espagne

- **Modèle Kronsberg** : prix des terrains en fonction des labels énergétiques des logements construits

Hannover City Council, Allemagne



Coût du foncier

Logique Court-termiste

Appropriation du logement

Lien Social

- **Mixité intergénérationnelle et sociale**, par l'accès de logements décents et à faible loyer, au cœur des agglomérations
Habitat et Humanisme, France

- **Auto construction écologique accompagnée** permettant aux familles de co-construire elles-mêmes leur logement écologique et de bénéficier d'un prix moins élevé.
La Manufacture Innove, France

- **Formation des habitants** sur l'utilisation de l'habitat et la gestion rationnelle des consommations
Chênelet - Cellules vertes, France
- Modèles de Résidence Hôtelière à Vocation Sociale (RHVS) **mixtes : personnes défavorisées et clientèle classique** (cette dernière permettant le financement pérenne de la structure)
Aurore, France

Technologies

- **Logement social modulable**, permettant d'accommoder les changements des besoins en espace d'une famille grandissante
Projet Kaz Bremner, Canada

- Développement d'un **centre de formation aux techniques durables** et utilisation / fabrication de **matériaux locaux et naturels**
Chênelet, France

- **Ecran** permettant de communiquer aux **locataires les services proposés par les habitants**, des informations sur l'immeuble, l'actualité du quartier. Optimisation de la circulation d'informations
Ascenseur Numérique, France



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services Financiers
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé



PÉRIMÈTRE DU MARCHÉ CONSIDÉRÉ



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Les populations pauvres
2. Les populations en « insécurité alimentaire » : dans l'incapacité de s'offrir un repas comportant de la viande, du poulet ou du poisson (ou un équivalent végétarien) un jour sur deux

Autres populations vulnérables (non chiffrées) :

3. Les autres populations exposées à la sous-nutrition et à la mal nutrition (obèses, personnes âgées, personnes hospitalisées)

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

1. Le chiffre d'affaires lié aux dépenses de consommation alimentaire

Autres marchés non chiffrés

2. Le montant dépensé pour l'aide alimentaire
3. Le montant des invendus dans le circuit de distribution
4. L'impact sur les dépenses de santé d'une meilleure nutrition des populations (réduction des maladies)



ESTIMATION DU MARCHÉ



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

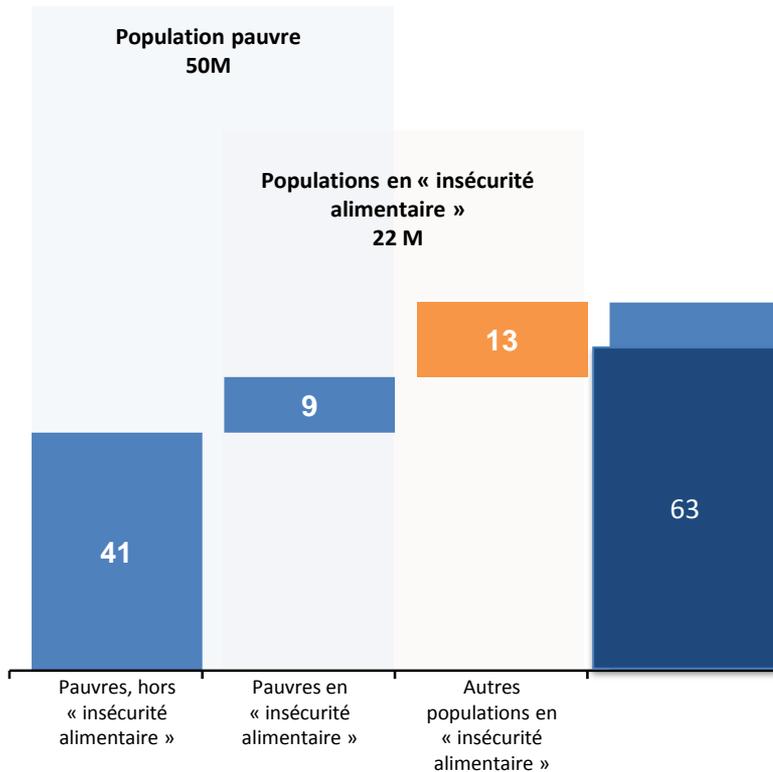
1

Un marché regroupant 63 M de personnes en 2010

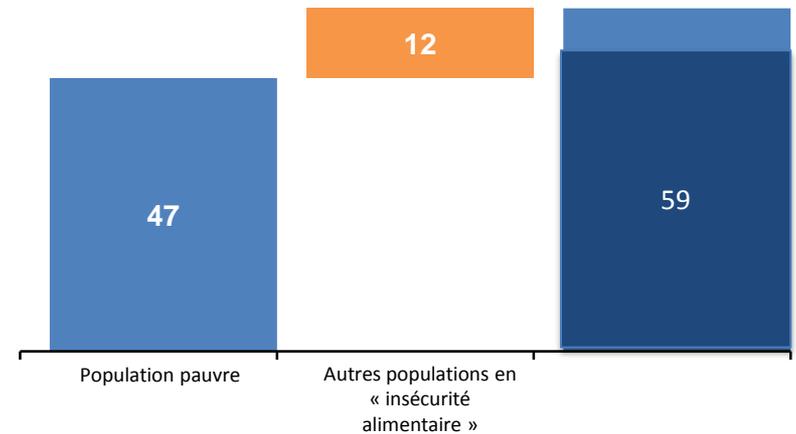
2

et représentant environ 59 Md€

Populations vulnérables, en millions, 2010¹



Estimation du marché de la consommation de produits alimentaires pour les populations vulnérables, 2010 (milliards d'euros)



1/ Source Eurostat

2/ Estimations Accenture sur la base de données Eurostat

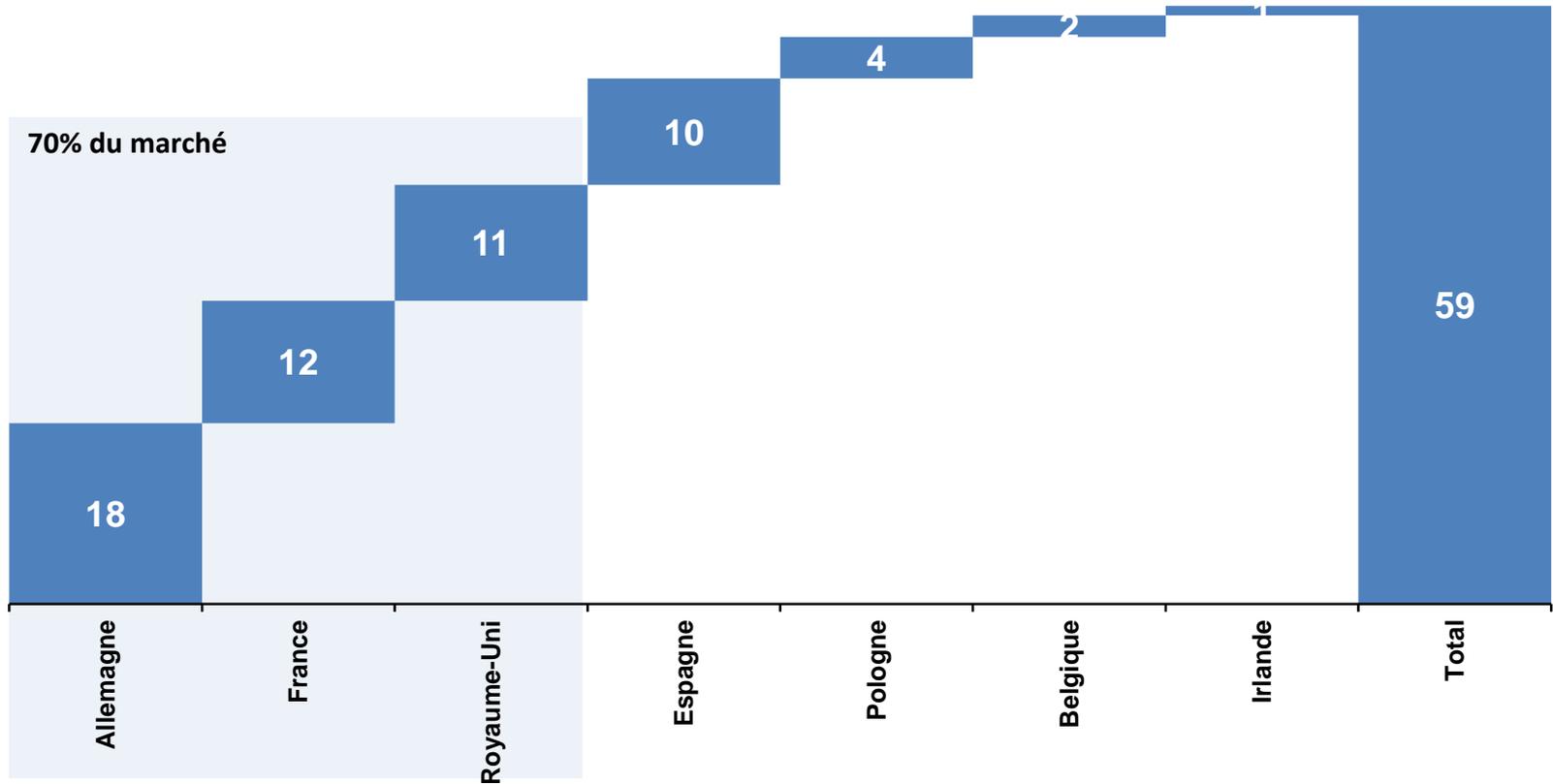


REPARTITION DU MARCHÉ PAR PAYS



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Marché de la consommation de produits alimentaires des populations ciblées en 2010
En milliards d'Euros



Source : Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/countries national statistic offices



- La consommation de produits alimentaires représente le 2ème poste de dépenses des ménages pauvres en 2010 soit plus de 21% de celles-ci.

1. Conséquences sur la santé

- Augmentation du nombre de personnes atteintes de maladies chroniques, dont :
 - La sous-nutrition : 20 millions en UE² et coût de 120 milliards d'euros par an
 - L'obésité : 46 millions³ de personnes au sein des pays de l'étude. Dépenses de santé plus coûteuses (le surcoût d'une personne obèse en matière de santé est estimé à +37% aux US)⁴
 - Les AVC (Accident Vasculaire Cérébral)
- Risques pour la santé renforcés, entraînant un coût élevé pour la société

2. Modes de consommation précaires

- Mauvaise sensibilisation aux enjeux d'une nutrition saine
- Accessibilité économique limitée aux produits nutritifs
 - Incapacité de s'offrir un repas comportant de la viande, du poulet ou du poisson (ou un équivalent végétarien) un jour sur deux pour 22 millions de personnes (+7% de la population), dont 9 millions de pauvres
 - Apports énergétiques alimentaires insuffisants pour 5% de la population (15 millions de personnes)⁵
- Difficulté d'accès aux produits sains dans les zones de désert géographique

3. Gaspillage alimentaire

- La production de déchets alimentaires (notamment sous forme de produits finis) en Europe n'a jamais été aussi élevée avec un gaspillage de 179 kg/habitant/an en 2006 (UE⁶), en croissance projetée de 2,5% par an d'ici à 2020, et dont :
 - Une partie est constituée de surplus à la charge de l'industrie (20% lors de la distribution: 3,8MT (4%) dans les grandes surfaces, le reste dans la restauration)
 - Une autre à de mauvaises pratiques de consommation (10% de la nourriture achetée en Autriche⁷ et 19% au Royaume-Uni⁸ est jetée sans être ouverte ou bien laissée dans l'assiette)

Sources :

1/ Ljungqvist O, de Man F. Under nutrition - a major health problem in Europe. Nutr Hosp 2009, 2/ Ljungqvist O, van Gossom A, Sanz M, de Man F. The European fight against malnutrition, 3/ OCDE 2008, 4/ Finkelstein et al., 2003a, 5/ Source FAO, 6/ Source : Bio-intelligence Service (2010) Evolution of (Bio-) Waste



1. Coûts élevés

- Prix élevé des produits sains, comme la viande ou les légumes par exemple, impactant le consommateur final
- Difficulté d'établir des circuits viables de recyclage de déchets et d'invendus et de les mettre en place à grande échelle



2. Manque d'attractivité de la distribution et production locale

- Canaux de distribution alternatifs peu développés
- Manque d'attractivité économique à l'approvisionnement en produits locaux
- Déserts alimentaires, en zones rurales et périurbaines, du fait de la rationalisation du réseau de distribution et des coûts de gestion des produits frais



3. Manque de standards de qualité nutritionnelle

- Industrialisation du secteur alimentaire qui mène souvent à une moindre qualité nutritionnelle
- Chaînes de production alimentaires orientées vers le coût et le goût plutôt que sur l'empreinte nutritionnelle
- Manque d'intégration des programmes menés pour avoir un effet tangible sur la production alimentaire, la restauration collective et commerciale et la consommation privée
- Politique nutritionnelle incitative insuffisamment développée (à l'instar de la politique nutritive de santé publique menée en Finlande par exemple)



1. Sensibilisation et valorisation des produits sains

- Information et sensibilisation sur les pratiques alimentaires et la qualité des produits, sur le gaspillage etc.
- Ciblage et accompagnement des ménages en difficulté / à risque
- Intégration de la valeur nutritive des produits dans la stratégie de distribution et de production (« consommer mieux et moins »)
- Promotion des aliments produits et préparés localement

2. Nouveaux produits

- Innovations en matière de transformation des aliments pour renforcer la différenciation nutritive des produits
- Production de produits de base à valeur nutritive ajoutée



3. Distribution adaptée

- Raccourcissement des canaux de distribution
- Mise en place de canaux de distribution spécifiques pour les populations à risque (épiceries solidaires ou commerçants itinérants dans les zones isolées)
- Innovations sur le ciblage promotionnel/prix à destination des populations vulnérables (exemple: couponing), adaptation des produits aux besoins (exemple: stratégie du prix à l'unité de vente, promotions telles que le format familial ou « deux pour le prix d'un »)



Coûts élevés

Manque d'attractivité distribution et production locale

Manque de standards de qualité nutritionnelle

Sensibilisation

- **Accompagnement des populations vulnérables** dans la gestion de budget et le choix des produits
A.N.D.E.S, France
- **Cuisines collectives** équipées pour favoriser l'apprentissage d'une cuisine équilibrée et de bonnes habitudes de consommation
COMSEP, Canada

- **Promotion de la cuisine locale**, privilégiant les producteurs et les restaurateurs offrant des produits à haute valeur nutritive
Slow-Food, Italie

- **Standards de restauration collective encourageant** la consommation de **produits frais dans les établissements scolaires, les hôpitaux**
Revolution Foods, Etats-Unis, Red Branch, Ireland
- Sensibilisation des **consommateurs** au travers d'une communication adaptée sur les produits **bons pour la santé et pour la planète**
Siin, Belgique

Nouveaux
produits

- **Paniers** de fruits et légumes récoltés par des personnes en insertion et distribués chaque semaine à des adhérents-consommateurs
Jardins de Cocagne, France

- Soupes et gaspachos à **base de fruits et légumes « invendables »** (car non esthétiques) sur les marchés
A.N.D.E.S, France



Coûts élevés

Manque d'attractivité distribution et production locale

Manque de standards de qualité nutritionnelle

Distribution
adaptée

- **Mise en place de labels de qualité nutritifs basés** sur une approche scientifique et **formations B2B** (producteur, distributeurs, prescripteurs) **via e-learning** des acteurs aux bonnes pratiques nutritives

Siin, Belgique

- **Carte d'achat/ bons de réduction** pour les populations précaires dans un réseau de marchés fermiers

Wholesome Wave, Etats-Unis

- **Production alimentaire individuelle et communautaire** (jardins collectifs, agriculture urbaine)
Grow-it-yourself, Irlande

- **Réseau d'épicerie solidaires** fournissant des produits diversifiés et de qualité pour les populations à bas revenus

A.N.D.E.S, France

- **Partenariats entre les banques alimentaires et les producteurs locaux** pour distribuer les excédents aux populations vulnérables

California Food Bank, USA



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services Financiers
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé
- Annexes



Compte tenu de son enjeu social et sociétal, le **marché de l'emploi** a été inclus à cette étude, bien qu'il ne constitue pas un « marché » de même nature que les autres.

L'objectif est bien ici **d'optimiser le coût social** (notamment pour l'état) du support à l'insertion et à la gestion des périodes de transition des populations actives, en **mettant en œuvre des modèles favorisant l'insertion, le retour à l'emploi et l'accompagnement des populations durant leur carrière.**



1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Les populations pauvres au chômage
2. Les autres populations au chômage (incluant des populations « sensibles » au chômage : les jeunes, les étrangers/ minorités visibles, les populations non qualifiées)

Autres populations vulnérables (non chiffrées) :

3. Personnes en insertion professionnelle

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

1. Le coût de l'inactivité pour l'état :
 - Prestations de chômage
 - Prestations de formation
 - Coûts liés au support et à la recherche d'un emploi (ex. Pôle Emploi)

Autres marchés non chiffrés

2. Pertes d'impôt et de charges sociales liées à l'inactivité
3. Coûts de réinsertion (subvention pour la réinsertion)



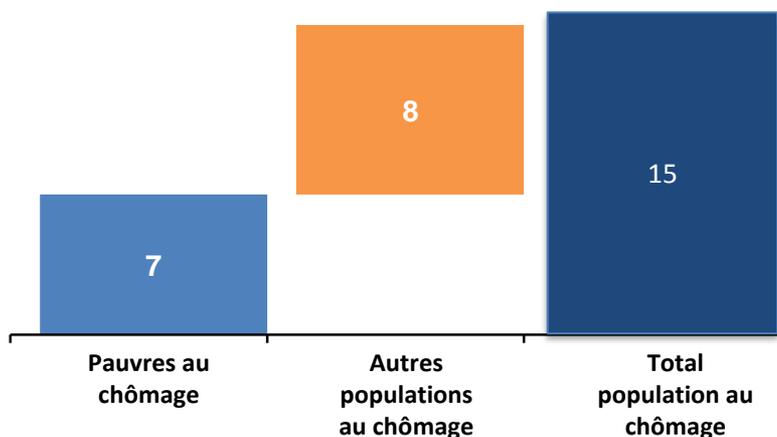
ESTIMATION DU MARCHÉ



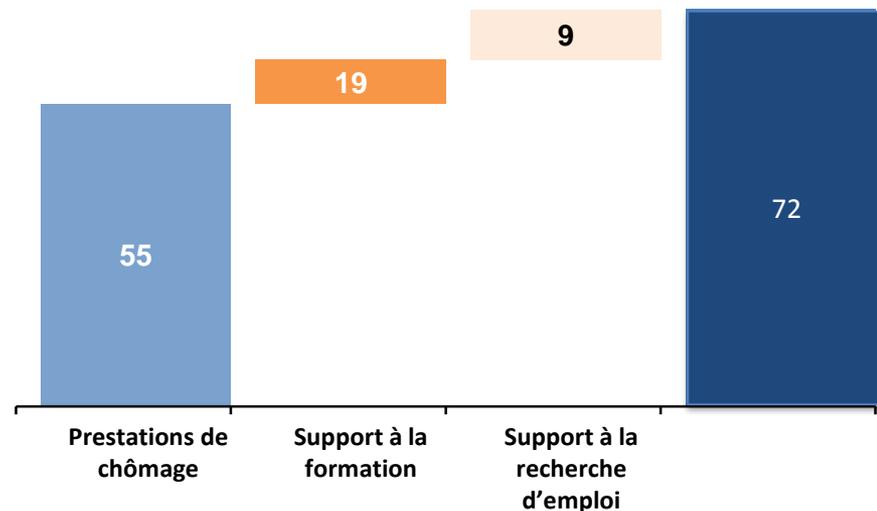
ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

- 1 Un marché regroupant 15 millions de personnes en 2010
- 2 et représentant environ 72 Md€

Populations au chômage, en millions, 2010¹



Estimation du potentiel de réduction des coûts de l'emploi pour les chômeurs, 2010 (en milliards d'euros)²



Sources Eurostat, 2010 (données enquête emploi Insee au sens du BIT-Bureau International du Travail), 1/ 2009/2010 R-U 2/ Potentiel d'économie sur les dépenses de l'état maximum, sur la base d'une hypothèse de retour au plein emploi (hypothèse de taux de plein emploi fixé avec un taux de chômage à 5% pour l'ensemble des pays)



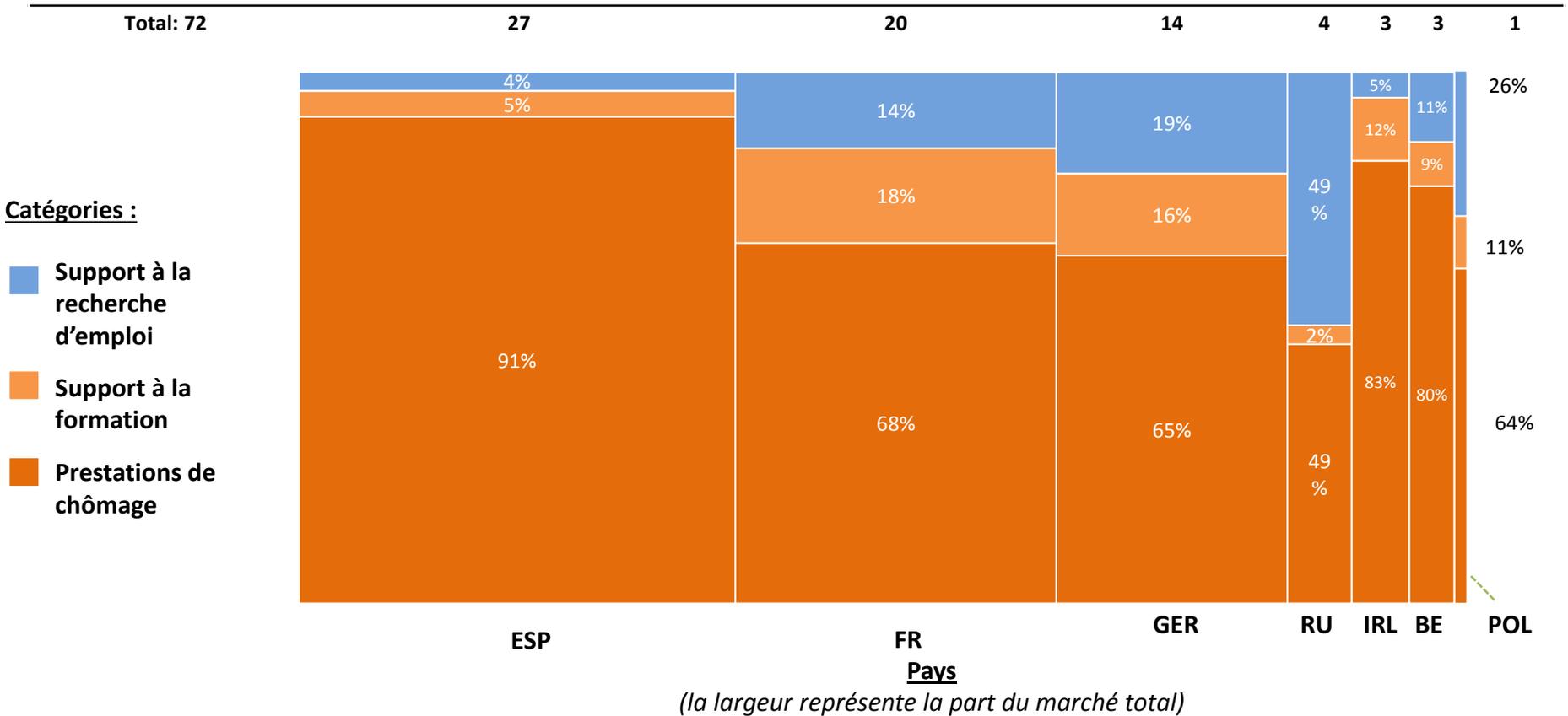
RÉPARTITION DU MARCHÉ PAR PAYS



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition du marché de l'emploi par catégorie et par pays 2010

Taille du marché (2010, milliards)





- Plus de 15 millions des actifs (environ 10%) étaient au chômage en 2012, soit 28% de plus qu'au début de la crise (2008)
- 1. Des populations fragiles**
 - L'exclusion du travail touche plus durement certaines populations, qui se retrouvent en situation précaire, notamment :
 - Les jeunes (15-25 ans), qui représentent 12% des actifs, mais 24% des chômeurs
 - Les populations non qualifiées, n'ayant pas eu accès à l'enseignement secondaire, qui représentent 30% des actifs et 50% des chômeurs (contre 25% des actifs, et 12% des chômeurs, pour les populations ayant fait des études supérieures)
 - Les étrangers, qui représentent 7% de la population mais 17% des chômeurs
 - Et constitue une antichambre vers l'exclusion : plus de 45% des populations au chômage (environ 7 millions) sont pauvres
 - 2. Un marché du travail inadapté**
 - Le marché du travail se caractérise également par :
 - Un déséquilibre croissant entre la demande et l'offre d'emplois : en 2010, près de 2 millions d'emplois étaient vacants
 - Des métiers et des besoins en cours d'évolution, qui induit un besoin de formation continue pour gérer son employabilité et adapter ses compétences aux besoins
 - Une flexibilité nécessaire du parcours professionnel (en 2010, une personne doit en moyenne changer 4 fois d'emplois durant sa vie professionnelle). Les populations sensibles y sont bien plus exposées du fait des contrats court ce qui nécessite la définition d'un support adapté durant les phases de transition (aide financière, accompagnement)
 - Une tendance à la formation à un emploi, plus qu'à une démarche d'employabilité
 - Le support de l'état est aujourd'hui coûteux et partiellement adapté : un coût de support aux chômeurs (prestation de chômage, formation, support à l'emploi) d'environ 150 milliards par an, soit environ 2% du PIB des pays concernés



1. Manque de formations, compétences et qualifications adaptées

- Politiques de formation mal adaptées à l'évolution vers des carrières « patchwork » où la flexibilité doit être privilégiée à une formation spécialisée
- Manque de formations à des métiers d'avenir clés comme ceux liés aux énergies renouvelables, au traitement des déchets, à l'éco-construction, etc.
- Manque de programmes stimulant la capacité des individus à rester sur le marché du travail, à gérer les phases de transition, les changements et la progression professionnelle
- Manque de différenciation entre des populations requérant des approches spécifiques au cas par cas par les structures officielles d'insertion



2. Eloignement à l'emploi

- Peu de visibilité des offres sociales des institutions financières (il en existe 160 en France)
- Manque de mobilité pour des personnes isolées géographiquement et n'ayant pas les moyens physiques et/ou financiers pour se rendre sur un potentiel lieu de travail
- Un manque de connections entre les employeurs et les personnes en recherche d'emploi, notamment au niveau des PME/TPE
- Difficultés d'accès à des emplois pour certaines populations sensibles souvent stigmatisées : travailleurs non qualifiés, personnes atteintes de handicap, habitant dans des régions défavorisées ...

3. Manque de valorisation

- Valorisation culturelle : « Trappe » du chômage : Perte de volonté de changement de situation (*par exemple du fait d'une mobilité réduite, de la peur de perte de: la « protection » des mécanismes d'assistance en cas de retour à l'emploi, de la proximité des minimas sociaux et du SMIC, d'une perte de relation culturelle à l'emploi ...*)
- Manque de méthodes « d'empowerment » (valorisation des compétences et motivations)
- Valorisation financière : Politiques trop tournées vers l'assistanat, au détriment du support à l'autonomisation, et de l'accès à l'emploi



1. Prévention

- Anticiper au maximum les actions d'accompagnement pour éviter la « trappe » du chômage
- Améliorer l'adéquation offre/demande en fonction des besoins : créer des formations répondant aux besoins de nouveaux métiers (exemple: métiers « verts ») et aux métiers en manque de main d'œuvre / métier en tension (exemple: logistique, métiers de bouche)
- Développer des politiques plus flexibles et améliorant la sécurité sociale et de l'emploi
- Créer des structures permettant une meilleure mobilité des personnes en situation d'isolement géographique

2. Accompagnement des personnes (au chômage, en période de transition)

- Supporter les initiatives individuelles : pousser à la création d'entreprise notamment grâce à des aides financières de soutien
- Définir des modèles d'accompagnement et d'insertion adaptés aux différentes populations du marché du travail (entrepreneurs, populations sensibles, populations en transition d'emploi,...)
- Développer des actions de requalifications et de reprise de confiance en soi afin d'améliorer l'employabilité des personnes en période de transition

3. Accompagnement des entreprises

- Accompagnement des entreprises dans leurs besoins en main d'œuvre : les aider à identifier des personnes en recherche d'emploi
- Renforcer les modèles vertueux liant les entreprises privés à des structures permettant l'insertion des populations dites sensibles notamment les joints ventures d'insertions





Manque de formation adaptée

Eloignement à l'emploi

Manque de valorisation

Prévention

- Réinsertion des plus « inemployables » sur **des métiers nouveaux** et valorisants (jardin maraîcher biologique)
Réseau Cocagne, France
- Plate-forme de collecte, traitement et valorisation des déchets d'équipement électrique et électronique (DEEE), employant des populations en insertion
Vitamine T et Groupe Van Gansewinkel, France-Belgique

- Services dédiés à **l'augmentation de la mobilité** low-cost (aide à l'obtention d'un vélo, voiture etc.)
Voiture and Co, France

- Promotion **d'offres à temps partiel à haute valeur ajoutée** pour les femmes
Time Wise Jobs, UK
- Communiquer et **cultiver l'envie d'entreprendre dans les établissements d'enseignement et lieux publics**
Boutiques de gestion BGE, France

Accompagnement des personnes

- **Suivi individualisé** pour la définition d'un parcours d'accès à l'emploi (ex. alphabétisation) dans un centre de formation agréé
Acta Vista, France
- **Formation par l'action en entreprise** (ex. formation technique pour les ouvriers sur les chantiers)
Acta Vista, Groupe Vitamine T, Emploi Développement, France

- **Système d'aide personnalisé à la création d'entreprise** (microcrédit, formation) à travers un réseau collaboratif
IQ Consult, Allemagne
- **Mentorat d'entreprise/créateur d'entreprise** issus des populations défavorisées pour stimuler l'emploi et l'autonomisation
Mitt Liv, Suède
- Permettre aux plus pauvres de **créer des très petites entreprises agricoles** familiales et locales
Agrisud, France

- **Adapter les dynamiques d'insertion en fonction des populations** : par exemple contrats à l'heure pour les « grands exclus » / SDF
Emmaüs Défi, France
- Chantier d'insertion de 6 mois accompagné d'un suivi socio-professionnel
ANDES, France



Manque de formation adaptée

Eloignement à l'emploi

Manque de valorisation

Accompagnement
des entreprises

- Formations ciblées sur des métiers en manque de main d'œuvre tel que celui de boulanger, sous forme de parcours d'insertions

Joint venture: Vitamine T et Paul, France

- **Mise en place de process RH en lien avec la diversité** (jeunes diplômés de milieux populaires)

Mozaïk RH, France

- Mise en relation entre des immigrants qualifiés et des postes vacants dans les entreprises

Upwardly Global, USA

- Plateforme permettant aux entreprises de valoriser des postes adaptés aux handicapés et donc de diversifier leur recrutement

CareerMoves, Autriche

- Création d'emploi pour des personnes atteintes d'autisme dans des entreprises nécessitant des individus possédant une mémoire hors du commun et/ou une attention particulière aux détails

Thorkil Sonne, Danemark



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Services Financiers
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé



1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Les populations pauvres
2. Les populations incapables de maintenir une température adéquate dans leur logement

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

1. Le chiffre d'affaires lié aux dépenses en énergie¹ des populations ciblées
 2. Le chiffre d'affaires lié à la rénovation/maintenance énergétique de l'habitat
- Autres marchés non chiffrés**
3. Coût des tarifs sociaux pour les entreprises (non estimés)



ESTIMATION DU MARCHÉ

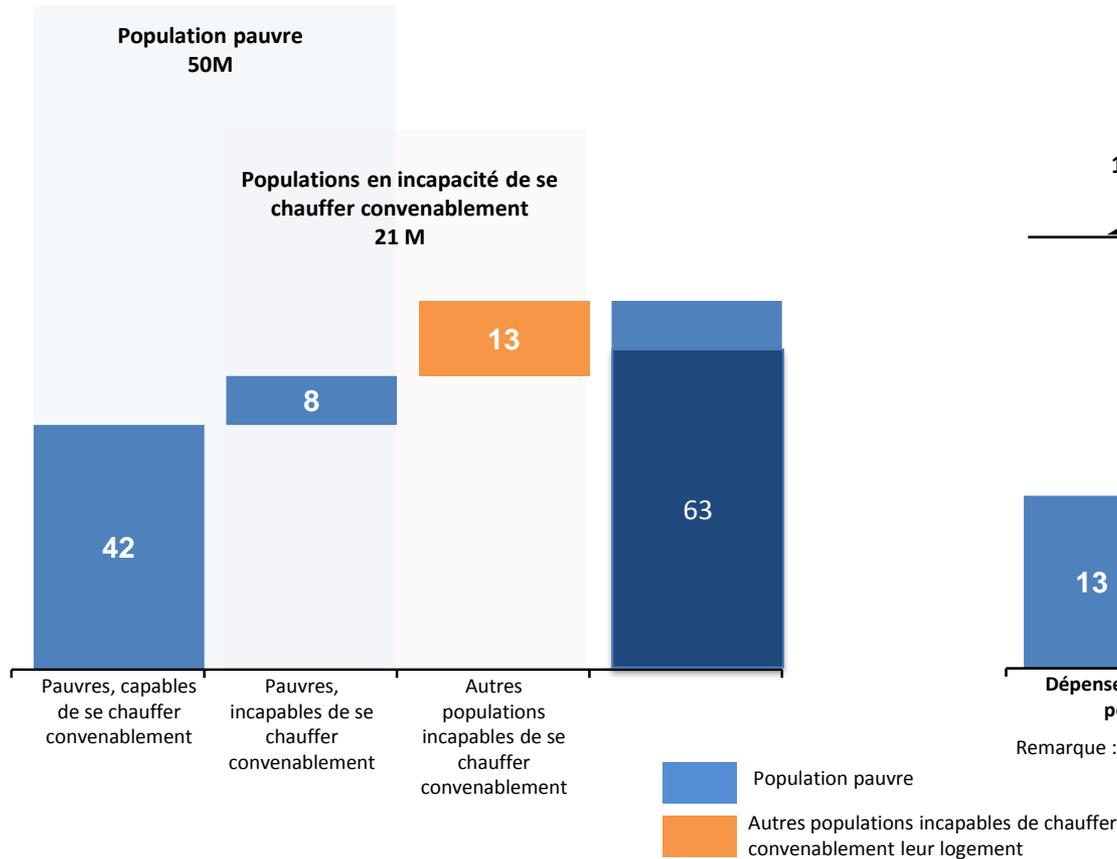


ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

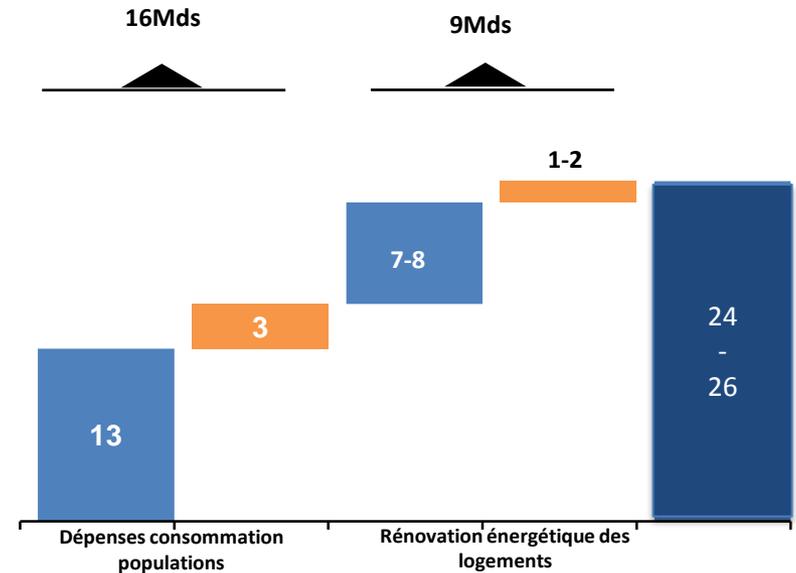
1 Un marché regroupant 63 M de personnes en 2010

2 et représentant environ 25 Mds €

Populations ciblées, 2010¹



Estimation du marché de la précarité énergétique pour les populations ciblées, 2010²



Remarque : Certains coûts, comme le coût pour les entreprises des tarifs sociaux, n'ont pas été chiffrés ici.

1/ Source Eurostat

2/ Estimations Accenture. Estimation du marché de la construction du logement et de la rénovation de logements sur la base de taille de marché 2011, extrapolée sur les populations ciblées en 2010



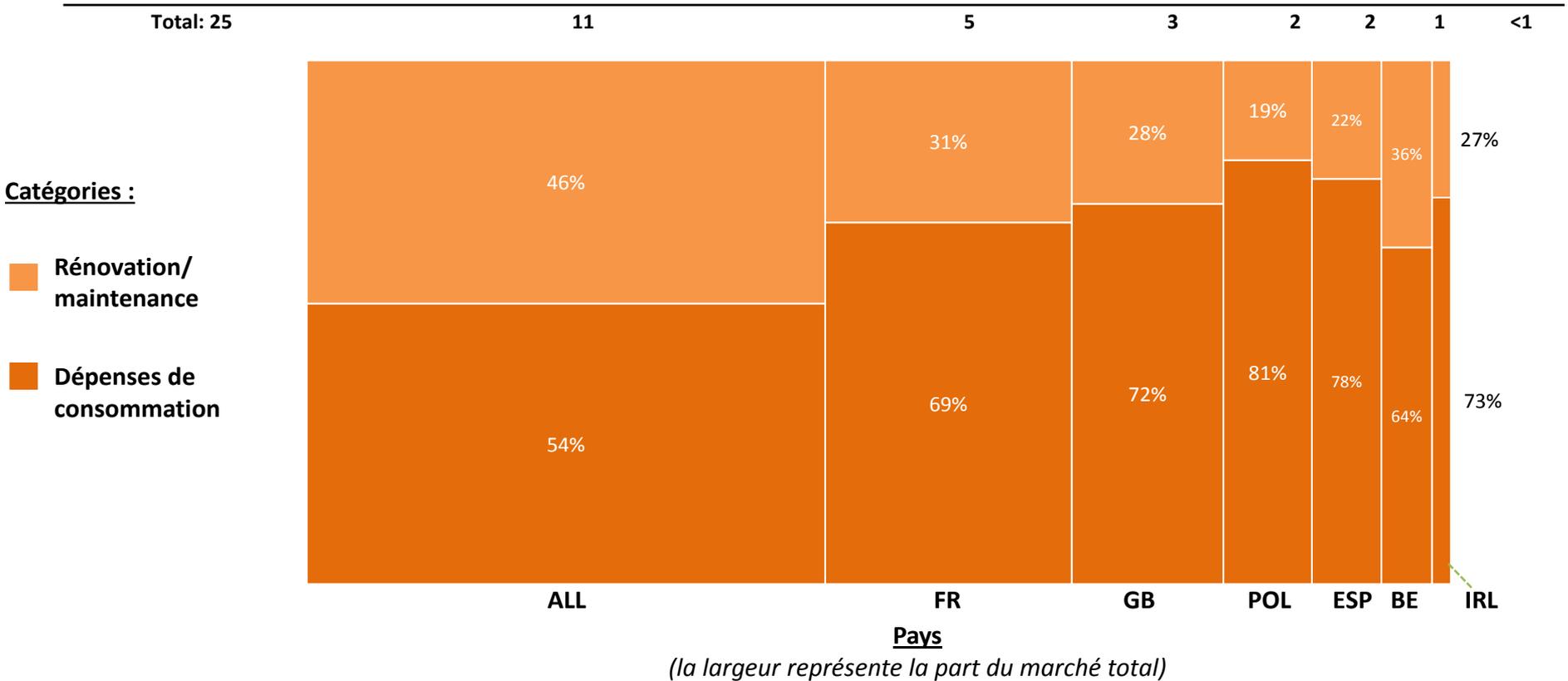
RÉPARTITION DU MARCHÉ PAR PAYS



ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

Répartition marché précarité énergétique par catégorie et par pays 2010

Taille marché (2010, milliards)



Source : Estimations Accenture, sur la base de données Eurostat/countries national statistic offices, données eib marché construction, rénovation, maintenance 2011



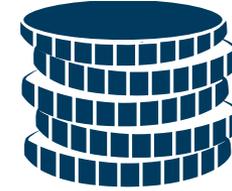
- L'énergie représente 5,8% des dépenses des ménages pauvres¹ (versus 4,4% en moyenne), avec une disparité forte en fonction des pays (3,5 % pour l'Espagne, 12,4% pour la Pologne)

1. Manque d'accessibilité

- Hausse continue des prix du gaz et de l'électricité (+18% en moyenne pour l'électricité et +11% en moyenne pour le gaz entre 2009 et 2012)
- Compte tenu du coût des énergies (gaz, électricité), de nombreux ménages, qu'ils soient pauvres ou non, n'ont pas un accès suffisant à une source d'énergie pour leur logement, ou sont à risque vis-à-vis de leur approvisionnement
 - Environ 21 millions de personnes (6,9% de la population), dont 8 millions de personnes pauvres, avaient du mal à se chauffer en 2010
 - Environ 20 millions de personnes, dont 8 millions de personnes pauvres, étaient en arriéré de facture courante (gaz, électricité, eau), en augmentation d'environ 25% depuis 2008 du fait de la crise
 - Les problèmes de précarité énergétique et de maintien à domicile touchent près de 2 millions de foyers vivant en maison individuelle en zone rurale, généralement propriétaires et personnes âgées

2. Obstacles à la réduction des dépenses d'énergie

- Existence d'un parc ancien de logements² (plus de 50% du parc de bâtiments des pays construits avant 1970 et les premières réglementations thermiques du milieu des années 1970 - voire +70% pour l'Allemagne, - à l'exception de l'Irlande, environ 35%, et de l'Espagne, environ 45%) donc mal isolés dans lequel les personnes sont mal logées
- Faibles niveaux d'isolation et besoins de chauffage importants
- Coûts de rénovations (exemple: environ 4000€ par intervention en France en 2009³) difficiles à financer pour les ménages pauvres



1. Coûts énergétiques élevés

- Prix élevés des énergies et en augmentation
- Manque de compétitivité économique des productions locales et alternatives d'énergie

2. Capacité d'investissement limitée pour les ménages pauvres

- Manque de solutions financières innovantes et de capitaux patients (long terme) pour financer la rénovation des infrastructures et le renouvellement des équipements
- Capacité limitée des ménages à investir dans des technologies à haut rendement énergétique et/ou dans des systèmes de contrôle et gestion de la consommation (seulement 10% des foyers français sont équipés de compteurs « intelligents »)

3. Prise de conscience insuffisante

- Prise de conscience limitée des consommateurs vis-à-vis de leurs propres pratiques de consommation dues à des mesures trop techniques et un manque de visibilité sur le Retour Sur Investissement
- Difficultés à identifier ouvertement les populations vulnérables, avec, comme résultat, une faible utilisation des systèmes de contrôle et de gestion de la consommation





1. Identification des populations vulnérables

- Ciblage des personnes en situation de précarité énergétique ou ayant une mauvaise gestion de leurs dépenses d'énergie

2. Autonomisation et responsabilisation des particuliers et acteurs locaux

- Campagnes d'information / formation sur les comportements éco responsables
- Solutions d'optimisation de la gestion des dépenses d'énergie des ménages
- Aide aux particuliers pour qu'ils puissent rénover eux-mêmes leur logement
- Décentralisation de la production d'énergie (au niveau des particuliers ou des communes)



3. Nouvelles technologies

- Développement de méthodes plus économiques de réhabilitation thermique de l'habitat
- Fourniture de systèmes de contrôle intelligents
- Mécanismes de subventions ciblés de l'état pour les équipements à haut rendement énergétique
- Formation des professionnels du secteur





Coûts élevés

Capacité d'investissement limitée

Prise de conscience insuffisante

Identification

- **Audits gratuits** d'infrastructures énergétiques
GDF-Isigaz, France

- Développement des **plateformes d'assistance** pour identifier et aider les consommateurs vulnérables
PIMMS, France

- **Identification proactive** des populations vulnérables par du porte-à-porte
Mediaterre, France, Cariteam, Allemagne

Autonomisation

- Distribution d'énergie renouvelable, sous forme de **coopératives**
Enercoop, France

- Solution durable de production de biomasse, basée sur des **partenariats intégrés et une promotion du sourcing local**
Enerpellet, Espagne

- Réalisation **d'économies d'échelle** en mutualisant la demande en énergies des **communautés**
Groundswell, Etats-Unis

- Promotion de **l'auto-réhabilitation** des logements par les ménages
Agence Locale de l'Energie, Les Compagnons bâtisseurs, France

- Rendre les **citoyens acteurs de leur production d'énergie**, de son management, en faisant notamment des **économies d'énergie** via le renouvelable
Schöнау EWS, Allemagne

- **Réorientation de l'assistance** vers l'autonomisation des populations précaires
RREAL, USA

- Formation à des **pratiques éco-responsables**
Ekolist, République Tchèque Chênelet – PIMMS, France

- Mise à disposition en ligne et gratuite de **conseils et d'outils de contrôle énergétique**
Co2online, Allemagne



Coûts élevés

Capacité d'investissement limitée

Prise de conscience insuffisante

TECHNOLOGIES

- **Développement des systèmes éoliens**, individuels, locaux, décentralisés et « verts »
Windfall Ecology Centre, Canada, BlueEnergy, Etats-Unis

- **Réhabilitation de logements** (désaffectés, abandonnés, insalubres) à bas coût grâce à des **subventions pour les isolants et les équipements**
Les Toits de l'Espoir, ANAH France

- **Utilisation du solaire dans les zones rurales** pour diminuer les coûts de consommation
RREAL, USA

- **Equipped en capteurs**, mesurant les consommations des logements, et mise à disposition de livrets d'usage et de formation des logements
Chênelet, France



- Vision d'ensemble
- Zoom marché #1 : Exclusion financière
- Zoom marché #2 : Logement
- Zoom marché #3 : Nutrition
- Zoom marché #4 : Emploi
- Zoom marché #5 : Précarité énergétique du domicile
- Zoom marché #6 : Santé



1

Impact
Social

Les
populations
vulnérables

1. Personnes pauvres
2. Personnes pauvres sans mutuelles
3. Populations sensibles sans mutuelles
4. Autres populations sans mutuelles

2

Potentiel
Économique

Les marchés
estimés

1. Marché potentiel pour les assurances privées / mutuelles

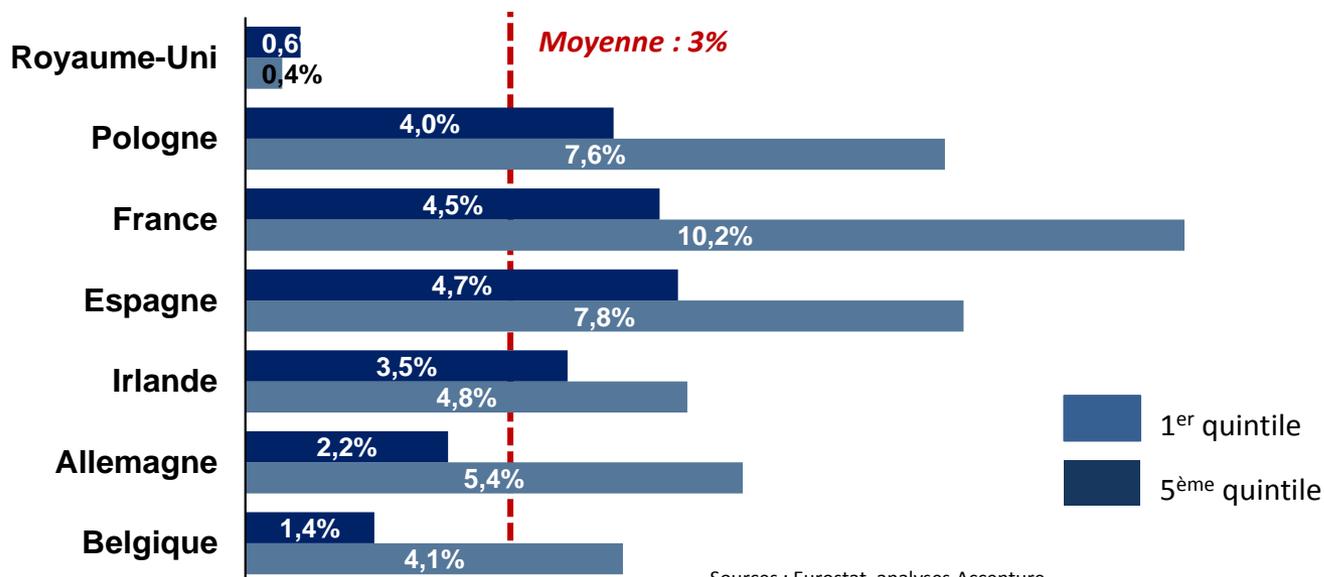
Autres marchés potentiels non-chiffrés :

1. Réduction potentielle de coûts pour l'Etat à moyen/long termes avec un renforcement de la prévention
2. Potentiel de dépenses supplémentaires qui serait libéré si un terme était mis à la situation d'auto-restriction dans la consommation de soins



« Les problématiques inhérentes à la santé concernent l'ensemble des personnes faisant face à des difficultés pour assurer la couverture financière de leurs besoins en matière de soins et pouvant être conduites à restreindre volontairement leurs dépenses de soins dans le cadre d'arbitrages de budget personnel »

Une constante européenne : un fort écart entre le 1^{er} et le 5^{ème} quintile en matière de qualité de la couverture des besoins de santé



Sources : Eurostat, analyses Accenture



ESTIMATION DU MARCHÉ

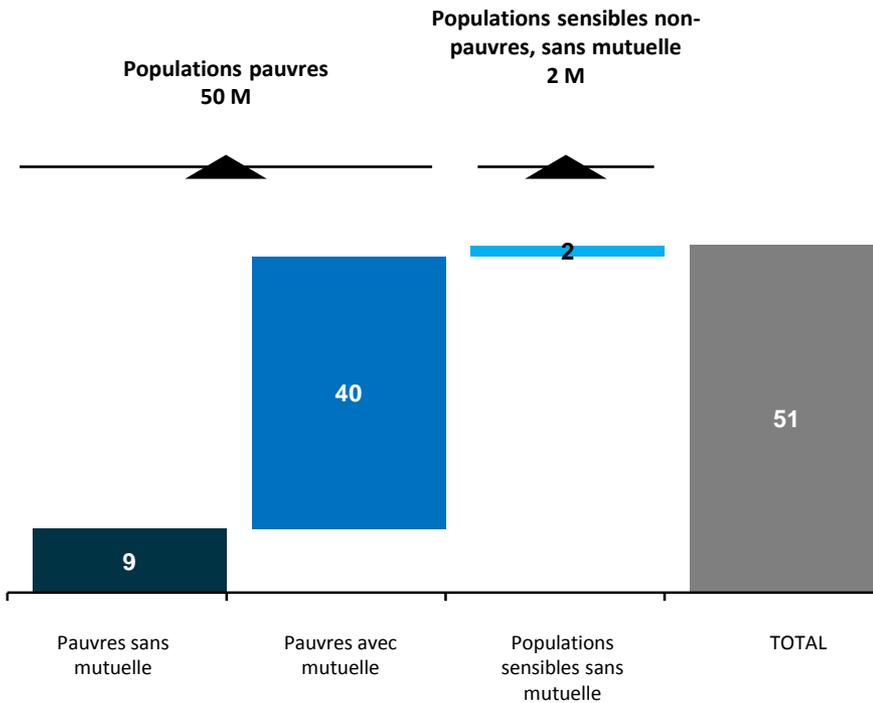


ASHOKA CENTRE
SOCIAL & BUSINESS CO-CREATION

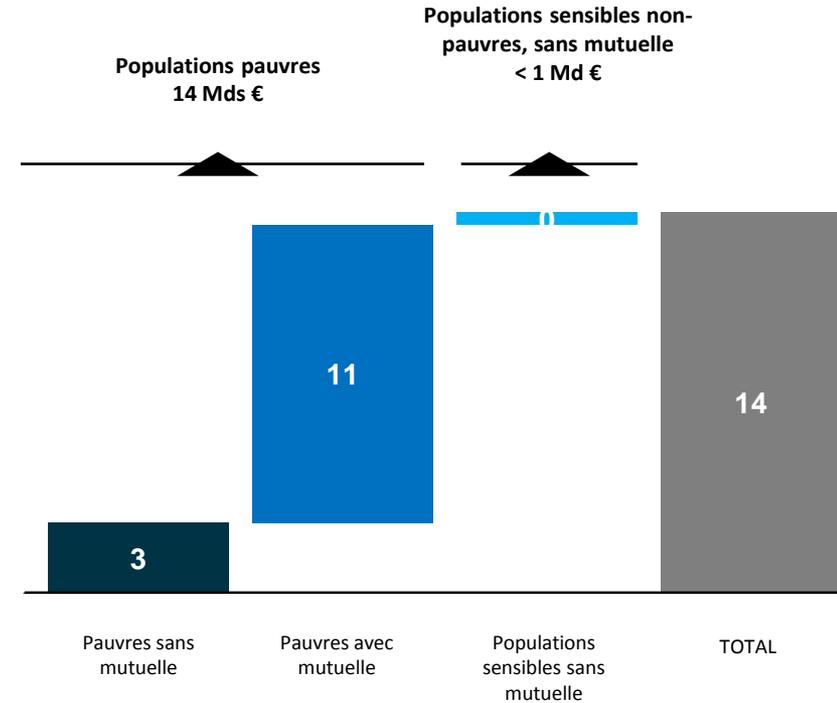
1 Un marché regroupant 73 M de personnes en 2010

2 et représente environ 14 Mds €

Populations ciblées en millions, 2010



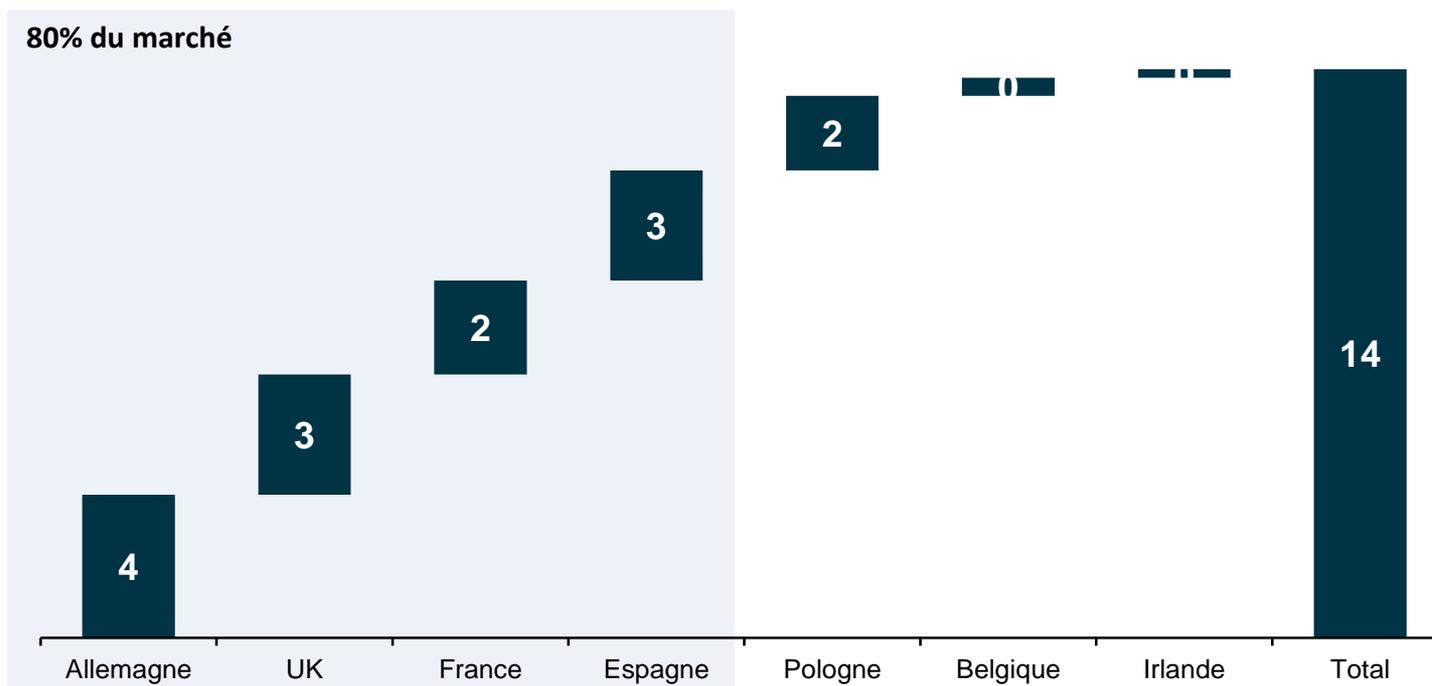
Estimation du marché de la santé pour les populations ciblées – 14 Mds €, 2010



Sources : Commission Européenne, Eurobarometer; Eurostat, estimations Accenture



Répartition du marché pour l'assurance privée / mutuelle par pays – 2010
Marché total : 14 Mds €





1. Des maladies, notamment chroniques, en croissance en Union Européenne

- Les maladies cardio-vasculaires représentent 40% du total de décès (première cause de mortalité)
- Le cancer en représente 26%
- Le surpoids et l'obésité sont des problèmes en croissance avec 13,3% des enfants entre 11 et 15 ans atteints et 15,5% des adultes

2. Des dépenses de santé importantes

- Les dépenses de santé en 2010 représentent 8,3% du PIB Européen (11,6% pour la France et 10% pour le Royaume-Uni)
- Le déficit prévisionnel de la sécurité social de la sécurité sociale de la branche maladie devrait atteindre près de 50% (€5,1Mds) en France en 2013

3. Des prix élevés

- 25% des plus pauvres sont victimes de "sous-consommation" de médicaments : à long terme, cela se traduira par un surcroît de dépenses (publiques et privées)
- En 2011, 60% des Français n'hésitent pas à différer des soins ou à y renoncer

4. De mauvaises couvertures pour les populations vulnérables

- En France, 19% des pauvres et 14% des chômeurs n'ont pas de mutuelles
- En Belgique, 30% des dépenses de santé ne sont pas prises en charge par l'Etat (18% en France)
- En conséquence, 20% des dépenses de santé en UE (environ 9% pour la France et 22% pour la Belgique) viennent directement de la poche du consommateur



1. Manque de collaboration entre acteurs du secteur (y compris les patients)

- Cloisonnement des acteurs
- Objectifs et enjeux différents, voire opposés, empêchant l'optimisation des informations, des compétences et des ressources

2. Manque de prévention

- Les systèmes de santé se concentrent particulièrement sur le traitement des maladies et pas assez sur la prévention de celles-ci
- Manque de support sur des problèmes du quotidien (nutrition, logement, etc.) qui transforment des maladies bénignes en véritables problèmes de santé, complexes et coûteux

3. Manque de financements et d'infrastructures

- Manque de personnel dans les hôpitaux (engorgements) et manque d'infrastructures d'accueils
- Manque d'infrastructures et de services de financement adaptés à certaines catégories de populations (ruraux, péri-urbains...)
- Déserts médicaux (par exemple en Loire-Atlantique: 1 structure pour 213,000 habitants)





1. Développement de nouvelles technologies ou de traitements innovants facilitant l'accès aux soins

- Nouvelles technologies de soins ou de détection
- Utilisations innovantes de techniques et/ou de technologies déjà existantes



2. Formation de nouveaux intervenants et redéfinition des rôles

- Développement des capacités dans l'environnement du patient
- Développement d'écosystèmes collaboratifs

3. Intégration du patient au centre de la chaîne de santé et dans des environnements favorables

- Développement de chaînes de soins intégrées
- Interactions et interventions co-construites avec le patient
- Le changement d'environnement change le comportement

4. Approches innovantes pour baisser les coûts

- Nouveaux modèles de recherche ou de mutuelle pour réduire les coûts
- Economies d'échelles innovantes





Manque de collaboration

Prévention

Manque de financement et d'infrastructures

Nouvelles technologies

- Technique rapide, low-cost et efficace de prise et d'analyse de sang
DBS, Espagne
- Plateforme internet permettant au patient de consulter son dossier médical et de partager directement ses informations avec ses proches et médecins
Patients Knows Best, UK

- Activités physiques adaptées aux personnes âgées pour prévenir le vieillissement pathologique
S.I.E.L BLEU, France
- Techniques de détection du cancer du sein par des personnes atteintes de cécité
Discovering Hands, Allemagne

- Traitement de maladies mentales par plateforme internet et télémédecine
MyMind, Irlande

Former et redéfinir les rôles

- Formation « assistant personnel » à la garde d'enfants handicapés pour des étudiants
Cool2Care, UK
- Collaboration de spécialistes pour apporter les meilleurs traitements à des enfants abusés sexuellement et regroupés dans des structures à taille humaines
Kid, Germany

- Ateliers, informations en ligne pour aider les familles dont un membre est atteint de démence et permettant un traitement personnalisé et à long-terme
NOEN, Norvège

- Centres de soins « low-cost » capables d'administrer des traitements de premières nécessités (maladies ou blessures courantes, vaccins...)
MinuteClinic, USA
- Développer l'expertise et l'accessibilité aux soins dans les zones rurales (notamment grâce à la télémédecine)
Project ECHO, USA



Manque de collaboration

Prévention

Manque de financement et d'infrastructures

Intégration du patient

- Donner aux patients les clés techniques pour comprendre de quoi ils souffrent réellement et comment ils sont traités

Universidad de los Pacientes, Espagne

- Adresser les facteurs liés à la santé (logement, nutrition) pour résoudre pro-activement les problèmes de santé

Health Leads, USA

- Travailler sur l'hygiène des sans-abris en combinant l'expertise de différents acteurs (structures médico-sociales, agents de nettoyage et sécurité, commerces...) (*infirmiers de Rue, Belgique*)

- Partenariat avec des assureurs privés et publics pour la réinsertion de personnes en invalidité (*PT, Suisse*)

- Accueil des malades psychiques dans de petites structures de réhabilitation (*IAF, France*)

Approches pour baisser les coûts

- Collaboration des acteurs du logement et de la santé pour stabiliser la santé des sans-abris en réduisant leurs coûts en soins à long terme

Common Ground, USA

- Prise en charge personnalisée des soins de santé primaires pour les patients fragiles afin de réduire les périodes d'hospitalisation et ainsi, faire des économies

Commonwealth Care Alliance, USA

- Pallier le manque d'accès à une nourriture saine pour les pauvres par la création d'un réseau d'épicerie solidaires

ANDES, France

- Gérer des activités sanitaires et d'hôpitaux via une organisation émanant du privé non lucratif

Groupe SOS, France

- Création d'une mutuelle accessible aux personnes en précarité pour un coût modique

ATD – Quart Monde

- Création d'une assurance santé destinée aux personnes pauvres

Coordinated Care Network, USA



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**