

SYNTHÈSE DU LIVRE BLANC

Analyse et retour d'expérience
de l'Action Tank Entreprise & Pauvreté

Comprendre les formes de la pauvreté pour mieux cibler les bénéficiaires des programmes inclusifs

Depuis 2010, l'Action Tank Entreprise & Pauvreté propose une démarche centrée sur l'amélioration de l'accès aux biens et services essentiels des publics pauvres, en développant des programmes qui visent à améliorer le reste-pour-vivre, les conditions de vie, le pouvoir d'agir des ménages, de façon complémentaire à l'action publique. Parce que nos programmes répondent à différentes problématiques et différentes définitions de la pauvreté, ils ne s'adressent pas aux mêmes populations.

Dans ce Livre blanc, nous soulevons deux enjeux primordiaux pour concevoir des programmes inclusifs, dont les programmes de l'Action Tank : bien définir le public que nous cherchons à atteindre, et mettre en place une stratégie de ciblage efficace, garante de l'impact du pro-

gramme et de sa pérennité. Cette stratégie repose sur des critères d'éligibilité et un parcours du bénéficiaire adapté, transparent, mobilisant les compétences de partenaires qui sont parfois nombreux ; mais aussi sur un suivi et un processus d'amélioration continue.

A travers ce premier Livre blanc, que nous synthétisons ici, l'Action Tank propose une analyse des définitions multiples de la pauvreté et formalise des enseignements tirés de son expérience dans le développement d'offres inclusives, pour nourrir les réflexions et aiguiller les praticiens d'organisations privées et publiques, en charge de la conception et de la mise en œuvre d'offres inclusives ou de dispositifs solidaires, dans leurs stratégies de ciblage.

La stratégie de ciblage des publics pauvres, étape par étape

Etape 1

Comprendre ce que signifie « être pauvre » pour déterminer l'impact visé et le public cible d'un programme inclusif

« Être pauvre » recouvre des réalités diverses : plusieurs définitions de la pauvreté cohabitent. Si la mesure officielle de la pauvreté en France est une approche de la pauvreté « monétaire » (ressources financières dont le ménage dispose), des définitions plus qualitatives existent, pour lesquelles la pauvreté se traduit par des privations ou des incapacités.

On peut ainsi distinguer la pauvreté monétaire relative, la pauvreté en reste-pour-vivre, la pauvreté en conditions

de vie, la pauvreté multidimensionnelle ou encore la pauvreté administrative. Toutes ces formes de la pauvreté sont saisies par des indicateurs qui sont sujets à débat et continuent d'évoluer.

La pauvreté se caractérise également par des dimensions plus émotionnelles ou sociologiques qui ne sont pas ou mal mesurées par des indicateurs à ce jour : c'est le cas de la maltraitance institutionnelle ou sociale.

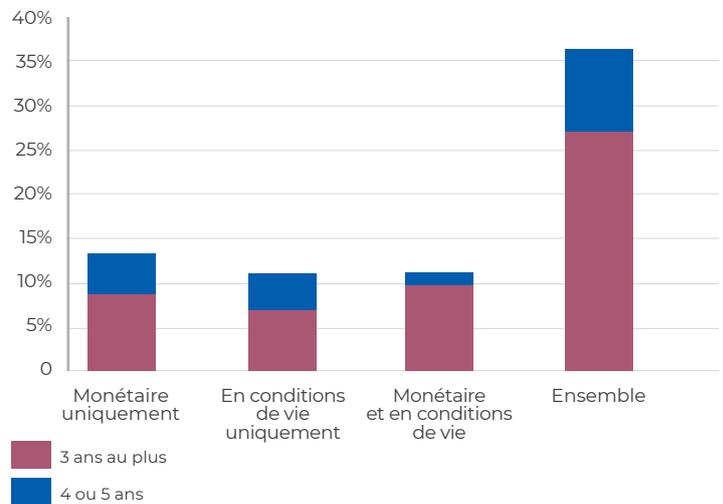
« Être pauvre » est un état transitoire plus qu'un état structurel : seul un tiers des ménages pauvres le seraient pendant plus de 3 ans d'affilés. D'autre part, certaines caractéristiques renforcent aussi le risque d'être en situation de pauvreté : les familles monoparentales, les chômeurs notamment, sont sur-représentés parmi les publics pauvres.

Enfin, **les différentes approches de la pauvreté amènent à considérer des publics différents, qui ne se recoupent que partiellement.** A titre d'exemple :

- on constate une plus forte représentation des ruraux si l'on considère la pauvreté monétaire relative, par rapport à la pauvreté en conditions de vie ;
- il existe un faible recouvrement entre pauvreté monétaire et en conditions de vie : moins de 6% de la population est touchée par les deux formes de pauvreté en France, alors que près de 14% de la population est pauvre selon la définition monétaire relative.

La compréhension des différentes formes de la pauvreté n'est pas un simple exercice théorique : pour chacune d'elle, des solutions adaptées se dessinent. C'est donc un point de départ pour l'ensemble des projets conduits au sein de l'Action Tank.

Plutôt temporaire que structurelle et prenant des formes diverses, la pauvreté aurait touché plus de 3 personnes sur 10 en France entre 2004 et 2008



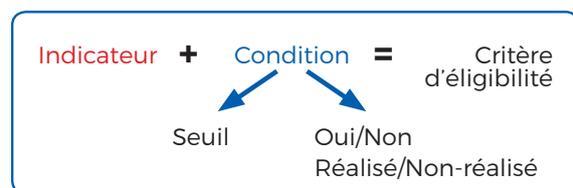
Source : « Pauvretés monétaire et en termes de conditions de vie : sur cinq années, un tiers de la population a été confrontée à la pauvreté », Pascal Godefroy, Nathalie Missègue. Données INSEE, Panel SRCV-SILC 2004-2008

Etape 2

Déterminer un ou plusieurs critères d'éligibilité pour atteindre le public cible

Quel que soit le type de pauvreté visé, un programme de lutte contre la pauvreté implique le plus souvent une sélection des bénéficiaires, afin de toucher uniquement le public pauvre. C'est donc un paradoxe des programmes inclusifs : ils sont souvent exclusifs dans leur ciblage et dans la souscription finale au programme !

La sélection des bénéficiaires s'appuie sur l'utilisation de critères d'éligibilité construits selon un indicateur de pauvreté, et un seuil ou critère d'évaluation. Le ou les critères d'éligibilité doivent permettre d'approcher au mieux le public cible.



Exemple : Quotient familial CAF < 700€ (seuil)

Les critères d'éligibilité répondent aussi à d'autres contraintes et exigences : par exemple, la facilité d'utilisation et de calcul du critère, la disponibilité de la donnée, la finesse de l'évaluation de la situation...

Déterminer ce qu'est un bon critère d'éligibilité relève donc d'un arbitrage entre ces différents objectifs et contraintes, comme illustré ci-dessous :

> Extrait du tableau complet à retrouver dans le Livre Blanc

ITEMS D'ARBITRAGE	CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ				EN CONDITIONS DE VIE OU RELATIF À LA PAUVRETÉ MULTIDIMENSIONNELLE	RELATIF À LA PAUVRETÉ ADMINISTRATIVE OU LÉGALE
	RELATIF À LA PAUVRETÉ MONÉTAIRE					
	NIVEAU DE VIE	RESTE-POUR-VIVRE				
	REVENU FISCAL DE RÉFÉRENCE	QUOTIENT FAMILIAL CAF	RESTE POUR VIVRE	INDICATEUR DE POIDS / TAUX D'EFFORT		
Facilité d'utilisation	✓	✓	✗	✗	✗	✓
Capacité à saisir finement la situation des ménages	✗	✗	✓	✓	✓	✗

Etape 3

Déterminer des modalités et des outils d'évaluation de l'éligibilité

L'évaluation de l'éligibilité selon les critères d'éligibilité déterminés se fait grâce à des **données (revenus, composition familiale...)** qui sont soit transmises par le bénéficiaire (sur la base de justificatifs ou par du déclaratif), soit par les administrations publiques, ou encore des données qui sont à disposition du prescripteur. De nouvelles passerelles émergent pour mieux capter et utiliser ces données.

Le processus d'évaluation peut nécessiter un investissement en conception d'outil ou des ressources humaines dédiées. Les outils choisis doivent aussi être en cohérence avec les activités et modes opératoires des prescripteurs.

Le prescripteur est un partenaire clé des programmes inclusifs : au contact des publics ciblés, il les oriente, diagnostique et les accompagne dans le processus de souscription au programme.

Coup d'œil

Dans le cadre du programme Garages Renault Solidaire, les critères utilisés par les réseaux partenaires prescripteurs ont été adaptés pour s'intégrer à leur activité principale et à leurs outils : par exemple, pour le partenaire prescripteur Pôle Emploi, le montant d'Aide au Retour à l'Emploi est utilisé comme un critère d'éligibilité car ce montant est connu du conseiller Pôle Emploi qui oriente les publics éligibles.

Les outils d'évaluation

Etape 4

Intégrer au mieux cette évaluation dans un parcours de souscription qui maximise l'impact du programme

Mal intégré au parcours du bénéficiaire, la validation de l'éligibilité peut être un frein et pénaliser l'accessibilité de la solution développée. L'évaluation de l'éligibilité peut intervenir à différentes étapes du parcours bénéficiaire, selon les programmes, et doit **éviter les redondances avec les autres étapes du parcours.**

Grandes étapes du parcours bénéficiaire



Coup d'œil

Les canaux de prescription

Pour s'assurer de toucher un maximum de familles ciblées, le programme Malin a mis en œuvre un **parcours multi-canaux de prescription**, à la fois direct, via un site web, et indirect, grâce à l'identification de bénéficiaires par des partenaires prescripteurs, dont les Caisses d'Allocation Familiales, les PMI et les crèches.

Deux enjeux principaux doivent guider la conception et la mise en œuvre de la stratégie de ciblage :

- **Limiter les effets d'exclusion non souhaités de certains publics**, et notamment :
 - Les effets de seuil
 - Le risque d'exclusion de populations dont la situation présente un risque de dégradation, afin d'avoir une démarche préventive, en ajoutant de la flexibilité au(x) critère(s) d'éligibilité
 - L'exclusion de ménages qui pourraient être éligibles, mais qui sont en situation de non-recours à des presta-

tions sociales et qui ne disposent pas des justificatifs ou des informations demandées

- **Réduire autant que possible le risque de découragement des bénéficiaires et donc le non-recours aux programmes**, lié à d'éventuelles lourdeurs administratives, ou des démarches trop complexes au cours du parcours du bénéficiaire. Il faut veiller à la cohérence et à la transmission des informations d'une étape à l'autre tout au long du parcours de souscription.

Etape 5

Vérifier la qualité du ciblage et suivre sa pertinence dans le temps

Les critères d'éligibilité, en particulier monétaires, étant une « approximation » de la cible théorique des programmes, il est nécessaire de **contrôler l'efficacité** de cette approximation dans le cadre d'une analyse des publics et une évaluation de l'impact.

Faire évoluer le ou les critères d'éligibilité et leur mode d'évaluation doit permettre de **mieux toucher la cible du programme en cas de décalage**, et de réduire le non-recours, ou d'**accompagner de nouvelles ambitions du programmes**, comme l'élargissement du public cible en type ou en volume.

Les décalages éventuels à corriger sont identifiés en analysant le public réellement touché, et en contrôlant les

effets d'exclusion. On cherche ainsi à **connaître les caractéristiques du public touché, et vérifier sa cohérence avec le public cible**. Par exemple, on peut contrôler qu'il n'y ait pas une sous-représentation d'une partie du public cible, comme les plus jeunes, ou les habitants de certaines zones géographiques.

Si un décalage est constaté, de nouveaux travaux peuvent être lancés pour déterminer un nouveau critère d'éligibilité complémentaire, pour réviser le seuil d'éligibilité, ou pour **développer des parcours d'accès aux offres plus ouverts et variés**, en renforçant des partenariats de prescription ou en mettant en place de nouveaux outils.



Pour retrouver nos analyses en détail, des exemples et des conseils pratiques :
téléchargez notre Livre blanc complet en accès libre sur notre site

<https://www.at-entreprise-pauvrete.org/publications/>

Qui sommes-nous ?

L'Action Tank Entreprise et Pauvreté, association loi 1901, créée en novembre 2010 et reconnue d'intérêt général, est une initiative collaborative qui réunit entreprises, pouvoirs publics, associations et monde

académique afin de permettre le développement de projets concrets ayant un impact sur la réduction de la pauvreté en France et susceptibles d'être déployés à grande échelle.

Les 3 piliers de l'Action Tank



Pilier N°1
Nouveaux modèles inclusifs : innover contre la pauvreté

Le social business est une démarche pérenne et innovante largement utilisée par l'Action Tank pour lutter contre la pauvreté.



Pilier N°2
Création de nouveaux écosystèmes

Pour chacun des programmes développés, la création d'alliances mobilisant des acteurs divers sur leurs expertises clés permet le développement de nouveaux modèles économiques.



Pilier N°3
Preuve par l'expérimentation

L'expérimentation est une étape clé de notre approche. Les projets pilotes permettent de valider le choix du modèle économique ou de l'amender en fonction des leviers identifiés.

Ils nous soutiennent



Action Tank
Entreprise & Pauvreté

► **Pour en savoir plus :**

Rendez-vous sur notre site internet :
<https://www.at-entreprise-pauvrete.org/>