



Jeudi 8 octobre 2020

Webinaire

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

Action
Tank
Entreprise
& Pauvreté



Sortie du Livre blanc : « Comprendre les formes de la pauvreté pour mieux cibler les bénéficiaires des programmes inclusifs »



Le succès du ciblage des bénéficiaires des dispositifs sociaux et programmes inclusifs repose sur une **compréhension fine du type de pauvreté ciblée et sur des critères d'éligibilité adaptés.**



10 ans d'expérience auprès d'entreprises, d'organisations publiques et d'acteurs associatifs à concevoir, tester et déployer des programmes inclusifs.



Un premier Livre blanc, pour inspirer les acteurs de la lutte contre l'exclusion et donner des outils pour développer des programmes inclusifs.

A télécharger sur notre site internet : www.at-entreprise-pauvrete.org



Nos intervenants aujourd'hui

L'Action Tank en quelques mots



Jacques
BERGER

Directeur
Action Tank
Entreprise &
Pauvreté

Contexte : innover dans la lutte contre la pauvreté



Emmanuel
FABER

Président Directeur
Général
Danone
Co-président de
l'Action Tank



Marine
JEANTET

Déléguée
interministérielle
à la prévention et
à la lutte contre la
pauvreté

Témoignage : formes de pauvreté et stratégies de ciblage mises en œuvre



Gaëlle
LE VU

Directrice de la
Communication
& RSE
Orange France



Siham
EL BOUKILI

Directrice adjointe
de la Prévention et
de l'Action sociale
Conseil Dép^{tal} de la
Seine-Saint-Denis



Présentation de l'Action Tank

Jacques BERGER

Directeur de l'Action Tank Entreprise & Pauvreté

Qui sommes nous ?

Martin Hirsch

Directeur de l'AP-HP
Ancien Haut Commissaire aux
Solidarités actives contre la pauvreté



Emmanuel Faber

Président Directeur Général
de Danone SA

L'Action Tank est une association reconnue d'intérêt général, un **laboratoire d'innovation sociale** réunissant entreprises, acteurs publics, associations et le monde académique autour d'un objectif commun :
contribuer à la réduction de la pauvreté et de l'exclusion en France



Trois leviers pour développer des programmes inclusifs



Baisse des coûts

Réduire le prix d'un bien ou service sans dégrader sa qualité



Accessibilité

Faciliter l'accès aux offres en supprimant les barrières à l'entrée (statut, information...)



Pouvoir d'agir

Créer des parcours adaptés aux ménages modestes et favoriser leur autonomie

Deux axes de développement de programmes inclusifs

Offres *social business* impliquant des entreprises partenaires

Exemples



Programme Club Mobilité

Permettre l'accès à un véhicule neuf en location longue durée avec option d'achat



Programme Malin

Accompagner les familles à faibles revenus sur les problématiques de l'alimentation infantile

Démarches complétant ou accélérant des politiques publiques

Exemples



Accès au logement des sans-domicile

Permettre un accès direct au logement (approche Logement d'abord)



Tiers-lieux autonomie du CD93

Accompagner les personnes âgées fragiles pour mieux vieillir à domicile

La preuve par l'expérimentation, au cœur de notre action



DESIGN



EXPERIMENTATION



DEPLOIEMENT

Réflexion, idéation et construction d'une solution

Exemple



Logement

Sécurité électrique des ménages fragiles

Test sur un territoire pour valider les hypothèses clés et le modèle économique

Exemple



Logement

Construction de logements abordables

Déploiement à grande échelle

Exemple



Inclusion numérique

Coup de pouce Livebox

Exemple



Le Club Mobilité

Mobilité

Club Mobilité

L'Action Tank, un réseau pour apprendre et ouvrir de nouvelles opportunités





Propos introductif

Emmanuel FABER

Président Directeur Général, Danone

Co-président de l'Action Tank





Propos introductif

Marine JEANTET

Déléguée interministérielle à la prévention
et à la lutte contre la pauvreté



Présentation : Intervenantes de la discussion

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la
Prévention et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la
Seine-Saint-Denis

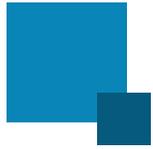


Gaëlle LE VU

Directrice de la
Communication & RSE

Orange FRANCE





Présentation : Coup de pouce Livebox

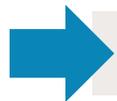


- Le digital fait partie de notre quotidien, il permet de créer du lien, de se former et de réaliser ses démarches administratives.
- Mais, c'est aussi un facteur d'aggravation des inégalités sociales.



23% des français ne sont pas à l'aise avec le numérique.

En France, **5 millions** de personnes cumulent précarité sociale et numérique.



Programme Coup de Pouce, une offre *social business*

**Offre Coup de
pouce Livebox,
son prix ne
changera pas
d'un pouce**

Internet - TV -
Téléphone fixe
19€99
/mois
Prix fixe
sous condition
de revenus



**L'accès au monde
numérique pour tous.**



Internet – TV – Téléphone Fixe

*Prix fixe
Sans engagement
Sans frais de résiliation*

**19,99€
/mois**

PC portable reconditionné

*Garanti 1 an
Equipé de Windows 10*

169€

Accompagnement au numérique

*bienvivreledigital.fr
Ateliers numériques gratuit en boutique Orange*

Présentation : Aide exceptionnelle au paiement des loyers

Département de la Seine-Saint-Denis



- La Seine-Saint-Denis en quelques chiffres : 1,6M d'habts, 30% de moins de 20 ans, 28 000 créations d'entreprises par an, taux de pauvreté de 29%, jusqu'à 25% des expulsions nationales, 85 000 BRSA en 2019, 56 000 ménages accompagnés par le Service social départemental (dont plus de 50% avec problématique de logement).
- Un budget rigide avant crise : des AIS qui pèsent 40% des dépenses réelles de fonctionnement (+70% dep 2010), la prise en charge de MNA (+30% de 2018 à 2019),
- Des politiques volontaristes : plans d'investissement, près de 4M d'aides facultatives versées chaque année

Département Chef de file de l'action sociale - Construction partenariale des grandes politiques de solidarité : Schémas sectoriels, SDAASP, territoire démonstrateur du **Plan pauvreté**



Les effets de la crise Covid : conséquences socio économiques, impact budgétaire (+4 à 5M d'euros par mois de RSA)

2,8 millions de ménages en France (soit 7 millions de personnes*) ont été confrontés, pendant le confinement, à :

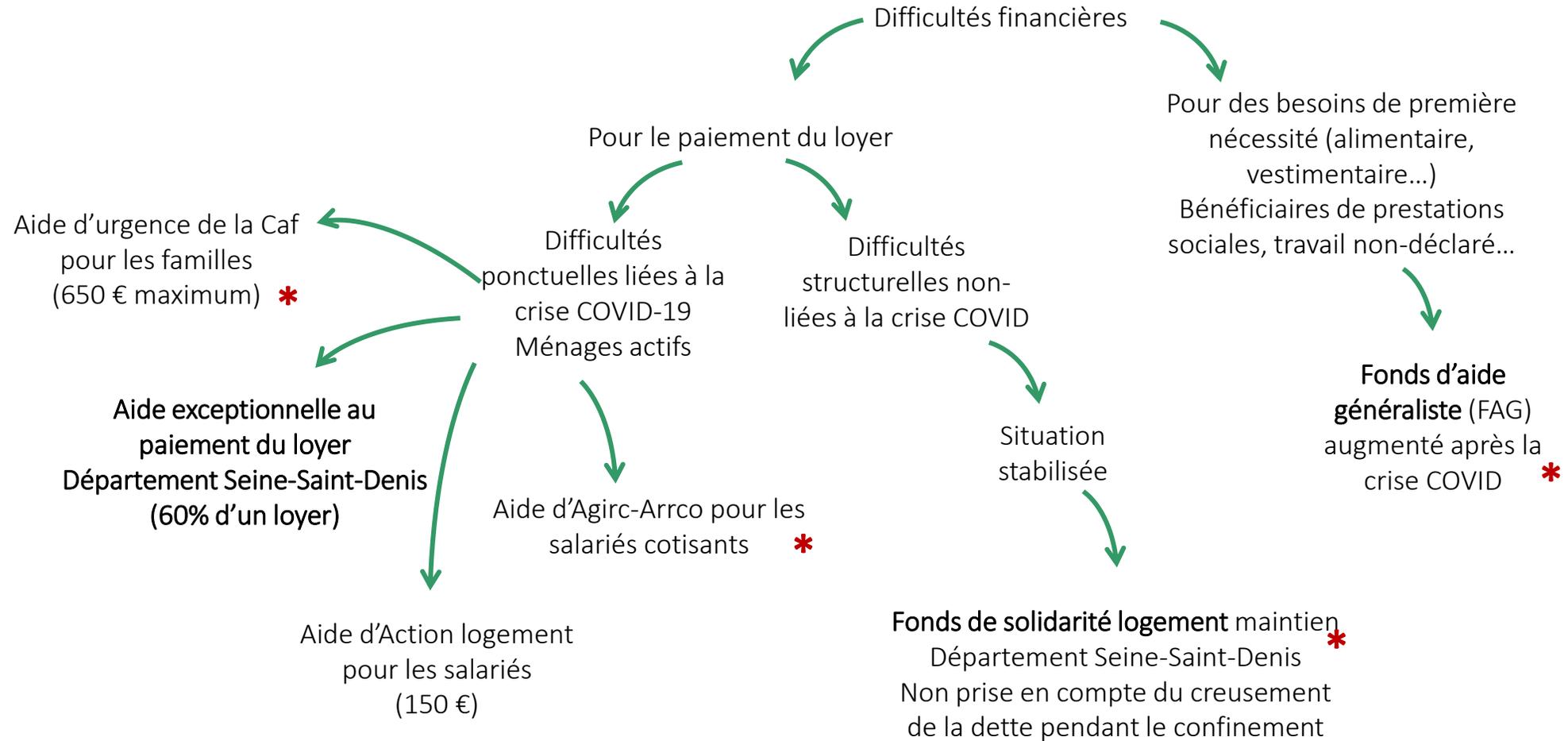
- une baisse totale ou partielle de leurs revenus
 - un coût du logement stable et une capacité d'épargne négative ou nulle
- 1 million** de ménages parmi ces 2,8 millions ont des bas niveaux de revenus.

Plan de rebond solidaire pour l'avenir de la Seine-Saint-Denis - 25M d'euros.

Lancement d'une **Aide exceptionnelle au paiement des loyers**



L'AEPL, complémentaire des dispositifs existants



* Sur évaluation d'un travailleur social (de l'urgence et/ou de la gravité de la situation)



Objectifs poursuivis en contexte incertain :

- Ciblage de nouveaux publics
- Réactivité
- Simplicité et lisibilité
- Impact immédiat

3 canaux :

- Via un travailleur social du département
- Via un travailleur social tiers
- Directement par le ménage

Un simulateur disponible en ligne

Fonds d'aide exceptionnelle au paiement des loyers	
Principe	Venir en aide à des ménages locataires frappés par une baisse de ressources soudaine, liée à la crise sanitaire puis économique, pour payer leur loyer Absence de dette importante avant le confinement (<i>soit un montant maximal et forfaitaire de 800 €</i>)
Caractéristiques	Enrayer un cycle d'endettement, dans le temps court Fonds ciblé sur les ménages actifs et locataires Attention particulière sur le parc privé
Montant	Aide plafonnée, partielle Loyer total X 20%(dans la limite du résiduel) X 3 mois, dans la limite du loyer résiduel
Eligibilité	Barème de ressources avant le 17 mars 2020 Et chute de 20 % des ressources sur 3 mois consécutifs Taux d'effort consacré au paiement du loyer de + de 30% avant la crise sanitaire Ou, pour les ménages ne remplissant pas cette condition, taux d'effort constaté de 40% ou plus au moment de la formalisation de la demande
Récurrence	1 X jusqu'à fin 2020 – la demande doit être présentée avant le 30 novembre 2020.
Modalité financière	Virement au tiers bailleur en une fois (via paierie départementale)

Les questions soulevées dans le Livre blanc

Questions clés

- ▶ Quelles formes de pauvreté peuvent être ciblées ? Quelles en sont les spécificités ?
- ▶ Quel critère d'éligibilité est le plus pertinent afin de toucher les ménages pauvres ?
- ▶ Avec quel processus d'inscription ?

Enjeux

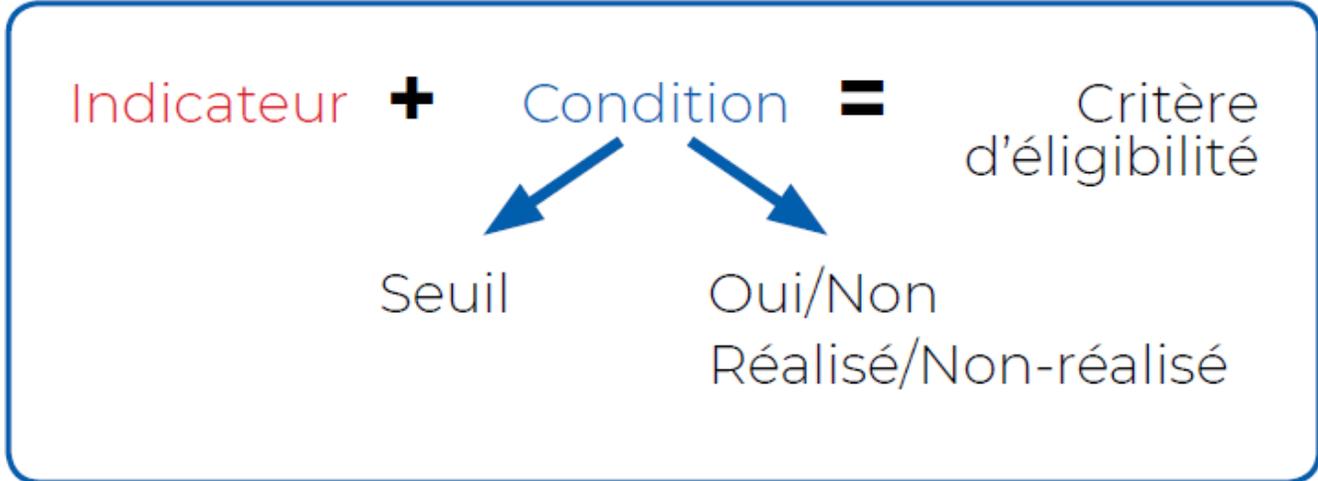
- ▶ Garantir que le public touché par un programme est bien le public ciblé.
- ▶ Eviter le non-recours, phénomène massif constaté par les pouvoirs publics depuis de nombreuses années dans la distribution des prestations sociales.

2 intervenantes aujourd'hui pour témoigner sur leurs dispositifs inclusifs sur ces questions



Vocabulaire

Critère d'éligibilité



Exemples : Quotient familial CAF < 700€ (seuil)
Capacité à partir en vacances Non (privation)

Vocabulaire

Parcours bénéficiaire

Le processus par lequel le programme est en contact avec les bénéficiaires, de la première communication pour informer de l'existence du programme à la souscription.

C'est l'équivalent du « parcours client », mais pour un programme visant un impact social.

Prescripteur

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.

Exemples :



Discussion

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la
Prévention et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la
Seine-Saint-Denis



Gaëlle LE VU

Directrice de la
Communication & RSE

Orange FRANCE



Modérateur : Guillaume GINEBRE, Action Tank Entreprise & Pauvreté

Action
Tank
Entreprise
& Pauvreté

A quelles formes de pauvreté s'adressent les dispositifs dont vous témoignez aujourd'hui ?

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la Prévention
et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la Seine-
Saint-Denis



Gaëlle LE VU

Directrice de la Communication
& RSE

Orange FRANCE



Sur vos programmes respectifs, quelle était votre ambition ? Comment avez-vous déterminé les critères d'éligibilité ? Comment sont-ils évalués ?

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la Prévention
et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la Seine-
Saint-Denis



Gaëlle LE VU

Directrice de la Communication
& RSE

Orange FRANCE



Quels canaux de communication et de prescription ont été mis en place ? Ont-ils été amenés à évoluer ?

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la Prévention
et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la Seine-
Saint-Denis



Gaëlle LE VU

Directrice de la Communication
& RSE

Orange FRANCE



Quels sont les résultats ? Quelles sont les prochaines étapes sur ces programmes ?

Siham EL BOUKILI

Directrice adjointe de la Prévention
et de l'Action sociale

Conseil Départemental de la Seine-
Saint-Denis



Gaëlle LE VU

Directrice de la Communication
& RSE

Orange FRANCE





Cinq principes pour mieux cibler, limitant les effets excluants non-souhaités et la « maltraitance administrative »

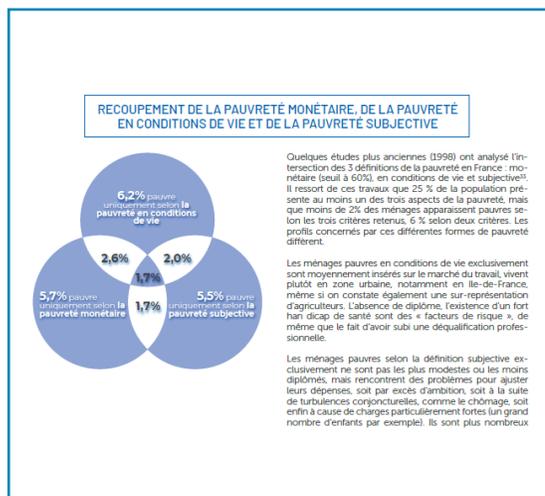
1. Commencer par définir le type de pauvreté ciblée et ses symptômes, pour en déduire un public cible
2. Choisir un ou plusieurs critères d'éligibilité selon les caractéristiques et le volume de la population totale qui répond à ces critères
3. Mettre en œuvre une vérification de l'éligibilité peu chronophage, peu coûteuse, qui s'intègre bien aux modes de travail des acteurs partenaires
4. Anticiper tous les freins à la souscription au programme créés par la condition d'éligibilité
5. Créer des modalités de suivi des programmes qui permettent d'ajuster le critère d'éligibilité si nécessaire pour mieux toucher la cible.

Pour aller plus loin : analyses et conseils pratiques dans le Livre blanc

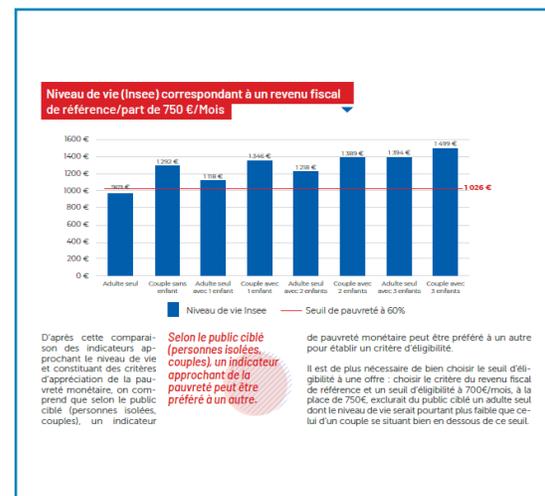
- Un premier volet exploratoire, pour **détourner la notion de pauvreté** et appréhender sa complexité.
- Deux volets pour appréhender les critères d'éligibilité et **donner les outils d'une stratégie de ciblage adaptée** pour bien cibler les publics pauvres.



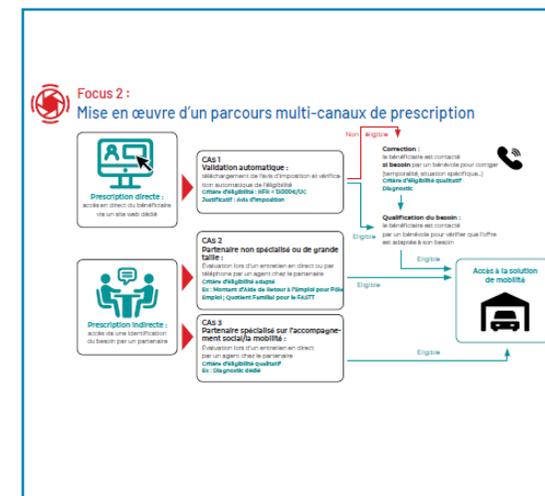
Recherche documentaire



Analyses



Etudes de cas



Recommandations pratiques



Livre blanc à télécharger sur notre site internet : www.at-entreprise-pauvrete.org



Questions / Réponses

Des questions, des idées ?

Ecrivez-nous à :

contact@at-entreprise-pauvrete.org



Merci à tous pour votre participation !

**Action
Tank
Entreprise
& Pauvreté**