

Communiqué de presse

Paris, le 27 octobre 2010



Invitation Conférence-débat « Repenser les modèles économiques pour inclure les clients en situation de précarité » Le 8 novembre (14h30-17h)

Un événement accueilli par le Groupe La Poste : 44 Boulevard Vaugirard – Paris 15^{ème}

Cette conférence-débat, organisée par l'IMS en partenariat avec le Comité 21, fera le point sur les nouvelles stratégies adoptées pour mieux inclure les clients en situation de précarité. Les participants (associations, entrepreneurs sociaux et entreprises) témoigneront de leurs expériences terrain et échangeront sur les pistes d'action pour une meilleure prise en compte des clients fragiles dans les modèles économiques.

Les entreprises sont plus que jamais appelées à s'engager dans cette voie, à l'heure où 13% de la population française vit sous le seuil de pauvreté¹ et où 37%² craint de le devenir. Anticiper ces phénomènes relève autant de défis sociétaux de lutte contre la pauvreté que d'enjeux stratégiques pour les entreprises elles-mêmes.

Dans un contexte de crise, les entreprises doivent s'interroger sur l'accès de tous aux produits et services de première nécessité : énergie, services financiers, alimentation... Des experts de GDF SUEZ, La Poste, Danone, mais aussi Ashoka et l'association Cresus aborderont des questions de fond lors de cet événement :

- Comment identifier les clients fragiles ?
- Comment ajuster au plus juste les offres à des besoins spécifiques ?
- Quels sont les partenariats stratégiques envisageables ?
- Quels sont les modèles économiques possibles ?

Pour des entreprises de services publics comme **GDF SUEZ** ou **La Poste**, il est d'ores et déjà stratégique de s'interroger sur les façons d'anticiper et de traiter les mécanismes de précarisation. En effet, quand La Poste, appuyée par des associations, aide les clients en difficulté à se servir des guichets automatiques par exemple, cela permet à ces personnes de gagner du temps et d'avoir accès à d'autres services, mais cela améliore également la qualité de service pour tous les segments de clientèle en réduisant les délais d'attente dans les bureaux de poste. De même, quand GDF SUEZ noue des partenariats avec des associations pour accompagner les clients en situation de précarité dans le règlement de leurs factures, l'entreprise s'inscrit dans une stratégie gagnant-gagnant de coûts évités.

Mais tous les secteurs sont concernés. Pour un groupe comme **Danone** par exemple, il s'agit d'expérimenter de nouveaux modèles inclusifs, facteurs d'innovation dans l'entreprise, pour mieux répondre aux besoins des clientèles à la « base de la pyramide » (BoP). En proposant des bons de réduction à des familles sélectionnées par la Cnaf et la Croix-Rouge, Blédina donne la possibilité à des familles d'apporter une alimentation plus saine et équilibrée à leurs bébés.

¹ Etude INSEE, parue en septembre 2010

² Etude TNS Sofres-Logica, parue le 14 octobre 2010

Cette conférence-débat, organisée dans le cadre de l'Année européenne 2010 de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale, se déroulera en présence des intervenants suivants :

- **Blédina / La Croix Rouge française**
Emmanuelle Vignaud, Chef de Vente Régional & Benjamin Cavalli, Chef de projet - Direction de l'Action Sociale
- **La Banque Postale**
Dominique Dran, Responsable du Marché Clientèles Spécifiques – Direction Marketing
- **Enseigne La Poste**
Laurence Durand, Directrice du Développement Responsable à l'Enseigne
- **GDF SUEZ**
Bernard Saincy, Directeur Responsabilité Sociétale
- **CRESUS**
Jean-Louis Kiehl, Président
- **Ashoka France**
Arnaud Mourot, Directeur Général
- **IMS-Entreprendre pour la Cité**
Henri de Reboul, Délégué Général & Olivia Verger-Lisicki, Responsable Projets Business Inclusif

Contact presse IMS-Entreprendre pour la Cité

Sonia Plégat ☎ 01 70 64 46 80 / 06 66 37 51 52 ✉ plegat@imsentreprendre.com

A propos de IMS-Entreprendre pour la Cité

Créé en 1986 par Claude Bébéar, IMS-Entreprendre pour la Cité a pour mission d'accompagner les entreprises dans leur Engagement Sociétal. L'association fédère un réseau de plus de 200 entreprises qui souhaitent se développer tout en favorisant l'accès de tous à l'éducation, à l'emploi et aux biens essentiels, dans le respect des spécificités et de l'identité de chacun.

Depuis 2007, IMS est particulièrement actif sur les questions BoP (Base Of the Pyramid – nouveaux business models en faveur des clients pauvres). Après avoir piloté un groupe de travail sur le sujet et publié un ouvrage de référence sur la question « Et les clients pauvres ? Quand les entreprises s'engagent » (Editions Autrement), l'IMS a lancé en 2009 le programme « BoP – Innover pour la Base de la Pyramide ». L'objectif du programme BoP de l'IMS est d'accompagner de façon opérationnelle les entreprises dans ce domaine, en lien avec les acteurs du Développement (ONG, bailleurs, entrepreneurs sociaux, institutions publiques internationales...).

Pour plus d'infos sur l'Année européenne 2010 de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale

Pierre Ananou / Laurène Wale

01 56 02 35 04 / 01 53 32 56 30

pierre.ananou@pleon.com / laurene.wale@ketchum.fr

