

EMMAUS DEFI

- Lutte contre la précarité et l'exclusion par un chantier d'insertion ouvert à tous, qui a pour activité la valorisation et la vente de matériels, meubles et objets usagés
- Membre de la branche Economie solidaire et insertion d'Emmaüs France.
- Chiffres clés : créée en 2007, 20 salariés permanents et 75 en insertion. 200 bénévoles dont 40 à temps plein. Budget 2011 : 2M€

SFR

- Opérateur global de télécommunications. 1^{er} opérateur sur le marché du numérique et 1^{er} opérateur européen en chiffre d'affaires
- Services : mobile, fixe, Internet ou télévision
- Chiffres clés : Près de 10 000 collaborateurs, 21,4M de clients mobile à fin 2011. CA : 12,2 Mds€ (2010)

LE PARTENARIAT EMMAÜS DEFI - SFR

Enjeu d'intérêt général : Réduction de la fracture numérique

En France, 8,2M de personnes vivent sous le seuil de pauvreté monétaire (954€/mois)*. Pour ces populations, les dépenses contraintes et nécessaires, parmi lesquelles la communication, subissent une « double-peine » moyenne de 4% (3,5% pour la communication), soit environ 500€ annuels**. L'accès à la téléphonie mobile est un élément facilitant l'insertion sociale et professionnelle, mais son coût est parfois difficile à assumer pour les publics en fragilité économique.

(*Rapport 2011-2012 de l'Observatoire National de la Pauvreté et de l'Exclusion Sociale - **Entreprise et pauvreté : qualification de la « double-peine » et enjeux pour les entreprises, The Boston Consulting Group pour le think tank Entreprises & Pauvreté, avril 2011).

L'entreprise et l'association expérimentent une solution pour répondre durablement aux difficultés budgétaires liées à la téléphonie mobile des populations en situation de fragilité économique. Des associations partenaires et les services sociaux de la Ville de Paris orientent des personnes démunies vers ED, qui leur propose temporairement des cartes de téléphone prépayées à bas prix produites par SFR et leur offre un accompagnement pour maîtriser leur budget téléphonie et choisir à terme une offre adaptée.



Périmètre géographique

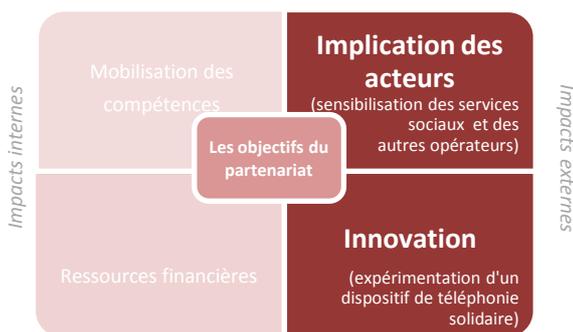
Depuis 2010

OBJECTIFS DU PARTENARIAT

Emmaüs Défi

Mettre en place un dispositif permettant aux publics en difficulté économique de réduire leur dépense de téléphonie mobile

Enjeux de mobilisation



Enjeux de performance

SFR

Adapter l'offre de téléphonie mobile aux contraintes des clientèles fragiles

Enjeux de mobilisation



Enjeux de performance

CATEGORIE DU PARTENARIAT

MECENAT
Soutiens variés de l'entreprise au projet associatif ou à un projet précis.

INNOVATION SOCIETALE
Création de solutions innovantes pour répondre à des fragilités

COOPERATION ECONOMIQUE
Contribution de chacun à l'élaboration d'une offre commune

PRATIQUES RESPONSABLES
Contribution de l'association à l'évolution des pratiques de l'entreprise

R&D sociétale

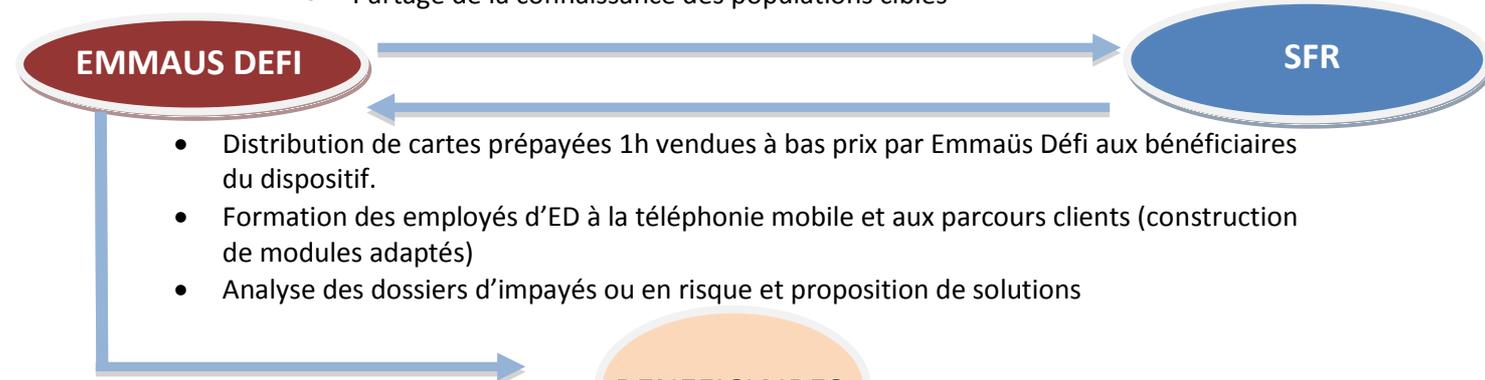
Les deux structures s'associent pour créer et tester une offre de téléphonie mobile adaptée aux publics en situation de fragilité économique, avec pour perspective le déploiement de cette expérimentation.

GENESE

- Un premier soutien ponctuel. En 2008, un salarié de SFR, bénévole chez ED, initie une première action pour organiser une collecte de jouets dans l'entreprise dans le cadre de la grande vente de Noël d'Emmaüs Défi.
- En décembre 2009, un partenariat est conclu avec la fondation SFR pour soutenir le programme d'ouverture des bric-à-brac d'Emmaüs Défi à Paris : participation financière pour le développement des points de vente et mécénat de compétence (conseil sur l'aménagement et le choix des sites).
- Début 2010, face à l'augmentation du nombre d'aides demandées pour payer les factures de télécommunication, Emmaüs Défi sollicite SFR pour les aider à trouver une solution. Suite à une rencontre entre le directeur et le président de l'association avec le directeur de SFR le partenariat entre les deux structures se met en place.

ACTIONS ENGAGEES

- Détection des personnes en situation de risque d'impayés ou en difficulté budgétaire.
- Médiation dans le cas de personnes endettées ou en risque d'impayés.
- Partage de la connaissance des populations cibles



- Vente des cartes prépayées 1h au tarif de 5€ dans la limite de 4h par mois (20€).
- Pédagogie autour des télécommunications: compréhension des factures, repères sur les bons usages, astuces, offre téléphonie...
- Accompagnement au choix d'une offre de téléphonie adaptée aux besoins et aux ressources parmi l'ensemble des opérateurs existants.

BENEFICIAIRES

Les bénéficiaires sont orientés par les services sociaux de la Ville de Paris ou des associations partenaires. 3 types de publics sont ciblés :

- Publics exclus avec une problématique d'accès au téléphone
- Publics en insertion (bénéficiaires des minimas sociaux, recherche d'emploi, salariés en insertion)
- Publics en fragilité économique (familles monoparentales ou nombreuses, ménages surendettés...)

MOYENS MIS EN ŒUVRE

MOYENS	EMMAUS DEFI	SFR
HUMAINS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2 salariés permanents ✓ 2 salariés en insertion ✓ 10 bénévoles (majoritairement issus de SFR) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un référent au service consommateurs ✓ 2 référents au service précontentieux pour l'analyse des dossiers ✓ Mécénat de compétences : 5 collaborateurs titulaires du Statut du collaborateur citoyen pour former les bénévoles ou accompagner les bénéficiaires du programme ✓ Implication des services marketing, finance, fiscalité : une centaine de collaborateurs en contact avec l'association pour construire le projet
TECHNIQUES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Connaissance des populations cibles ✓ Médiation avec les personnes endettées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Expertise de la téléphonie ✓ Expertise de la relation client
FINANCIERS		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cartes prépayées données par SFR et vendues par Emmaüs Défi Solidaire (le tarif est fixé par Emmaüs Défi)
AUTRES	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Réorganisation des locaux pour aménager un espace dédié au projet 	

✓ **Convention de partenariat**

- Deux types de convention triennale sont signés :
 - une convention encadrant la communication que SFR peut, ou ne peut pas, faire sur le partenariat (fin 2009)
 - une convention qui encadre le financement du projet (mars 2010)

✓ **Suivi et pilotage**

- Un pilote et un chef de projet au sein de chaque structure
- Un comité de pilotage qui se réunit tous les trois mois en présence de la direction d'Emmaüs Défi et de celle de la Citoyenneté et du Développement Durable de SFR.
- Un bilan semestriel en présence du PDG de SFR.

✓ **Communication**

	EMMAUS DEFI	SFR
<input checked="" type="checkbox"/> Cibles internes	<ul style="list-style-type: none"> • Emmaüs France • Salariés d'Emmaüs Défi 	<ul style="list-style-type: none"> • Salariés
<input checked="" type="checkbox"/> Cibles externes	<ul style="list-style-type: none"> • Journalistes : conférence de presse (sept. 2010) à très forte retombée médiatique • Site web 	

✓ **Evaluation**

- Suivi du nombre de personnes aidées grâce au dispositif.

CARACTERISTIQUES DU PARTENARIAT

- Pour garantir l'indépendance et l'efficacité sociale du projet c'est l'association Emmaüs Défi qui en définit les orientations stratégiques.
- Premier partenariat où SFR intervient dans son cœur de métier et sur la pauvreté avec l'implication de nombreux salariés.
- Une connaissance préalable entre les deux partenaires et des actions plus ponctuelles ont permis d'instaurer une confiance et une maturité facilitant la mise en place d'un partenariat d'innovation sociale.
- Une forte implication des salariés de SFR.
- Un partenariat pluri-acteurs, incluant les services sociaux de la ville et des associations proches des publics concernés.
- La compréhension entre les deux structures est facilitée du fait que le directeur et le président de l'association sont issus du monde de l'entreprise
- Le partenariat suit le processus d'innovation : une phase d'expérimentation (telle que décrite ici), la mise en place d'un modèle économique et social transférable, le transfert à d'autres acteurs et le déploiement de l'initiative.

RESULTATS DU PARTENARIAT

- 1 500 bénéficiaires du dispositif début 2012
- Sensibilisation de la Ville de Paris à la question de la téléphonie solidaire.
- Prise en compte de la problématique par un nombre croissant d'opérateurs de téléphonie.

RESULTATS POUR LES PARTENAIRES

Rappel objectifs



EMMAUS DEFI

Innovation :

- Mise en place de solutions adaptées et novatrices en matière de télécommunications

Ressources Financières :

Mobilisation de compétences :

- Acquisition de nouvelles compétences au sein de l'association (téléphonie)
- Diversification des compétences des salariés en insertion

Implication des acteurs :

- Consolidation du partenariat avec la ville de Paris : meilleure prise en compte de la problématique de la téléphonie par les services sociaux.
- Visibilité & crédibilité renforcée
- Nouveau partenariat avec deux autres opérateurs sur la médiation en télécommunications.
- Implication d'une centaine de salariés de SFR.

Rappel objectifs



SFR

Innovation :

- Création d'une offre adaptée aux clients en fragilité économique

Performance économiques :

- Baisse des impayés

Management / RH :

- Fierté d'appartenance des collaborateurs
- Forte mobilisation des collaborateurs
- Engagement renforcé pour le mécénat de compétences

Dialogue avec les parties prenantes :

- Positionnement pionnier sur la téléphonie sociale
- Dialogue renforcé avec les pouvoirs publics : l'action menée est plus favorable pour les bénéficiaires que les tarifs sociaux imposés par la loi de 2008
- Accueil favorable du projet par le milieu associatif

EVOLUTION DU PARTENARIAT

Evaluation de l'utilité sociale du partenariat.

Conception du modèle économique et social pour transférer et déployer l'initiative.

Emmaüs Défi ambitionne d'élever à plusieurs milliers le nombre de bénéficiaires de l'opération dans la capitale.

IMPACTS SUR L'INTERET GENERAL

Contribution à l'insertion sociale et professionnelle de personnes en fragilité économique ou en situation de grande précarité

POUR ALLER PLUS LOIN

www.emmaus-defi.org

www.sfr.com

Guide Pratique des partenariats stratégiques ONG - entreprises, ORSE, éditions 2012 - www.orse.fr