

## ENGAGEMENT DES ENTREPRISES DANS LES SOLIDARITES ET LA LUTTE CONTRE LA PAUVRETE

Cycle de réflexion *Les entreprises s'engagent* – septembre à octobre 2023

Propositions formulées

### Introduction

Les entreprises s'engagent, c'est la Communauté française des entreprises engagées pour une société inclusive et un monde durable initiée par le Président de la République en 2018.

Elle anime des coalitions inédites qui réunissent, dans chaque département français, les entreprises de toutes tailles, mais aussi les services de l'Etat et les collectivités, des décideurs, des associations et des leaders engagés issus de toutes sphères.

Notre mission ? Construire de nouveaux axes de coopération et de passage à l'action entre entreprises et Etat, pour répondre aux grands défis sociaux et environnementaux auxquels notre génération est (et sera) confrontée. Dans cette optique, et dans le cadre de la sortie du Pacte des Solidarités en septembre 2023, Les entreprises s'engagent a lancé un cycle de réflexion sur **l'engagement des entreprises dans les solidarités et la lutte contre la pauvreté**.

Ce cycle de réflexion a réuni 14 entreprises volontaires de la communauté, ainsi que des acteurs de la solidarité, dans l'objectif de partager des constats, des bonnes pratiques déjà mises en œuvre sur lesquelles capitaliser, et formuler des propositions qui favorisent l'engagement des entreprises dans la lutte contre la pauvreté. Il a été accompagné par la participation active de la délégation interministérielle pour la prévention et la lutte contre la pauvreté (DIPLP), représentée par la déléguée interministérielle à la prévention et la lutte contre la pauvreté Cécile Tagliana, ainsi que ses équipes. Cette participation a permis d'ancrer les échanges dans le contexte de la politique publique actuelle.

Il a été organisé en trois sessions collectives de travail, complétées d'échanges préparatoires avec les différents intervenants. La première session a été dédiée à la thématique de l'appui des entreprises à l'action des acteurs de la solidarité, et aux coopérations à renforcer. La deuxième session a été dédiée à l'économie inclusive, et la prévention et la lutte contre les situations de précarité des travailleurs. La troisième session a été dédiée à affiner et retravailler les propositions formulées tout au long du cycle. A l'issue de ce cycle de réflexion ont été formulées onze propositions autour de quatre axes :

- Axe 1 : Développer le mécénat d'entreprise
- Axe 2 : Susciter les partenariats et l'innovation sociale
- Axe 3 : Développer des offres de consommation inclusives
- Axe 4 : Lutter contre les situations de précarité des travailleurs

## Participants au cycle

**Entreprises de la communauté Les entreprises s'engagent** : Anastasia Boucheron (Audioptic), Eric Guillermain (Compétences & Développement), Anaïs Kadid & Luis Filipe Pinhancos (Crit), Léa Roland & Stéphanie Ehrmann (Dalkia), Elsa Portal (Fondation Adecco Group), Simon Miclet (Fondation Alphaoméga), Charlotte Leca (Idex), Stéphanie Gourdon (JCDecaux), Karine Renault & Véronique Toullec (Orange), Jean-François Martin (Renault Group), Jean-Philippe Lacharme (Saint-Gobain), Zina Mpemba Ouenabio (Siemens), Etienne Bourgeois (Somfy), Jaleh Bradea (Vivendi).

**Acteurs de la solidarité** : Romain Canler (Agence du Don en Nature), Noam Leandri (Collectif Alerte), Sophie Rigard & Didier Duriez (Secours Catholique), Jacques Berger (Action Tank).

Délégation interministérielle à la prévention et la lutte contre la pauvreté (DIPLP) : Cécile Tagliana (Déléguée Interministérielle), Mathieu Piton (Conseiller de la Déléguée Interministérielle) & Esther Teboul (chargée de l'engagement des entreprises à la DIPLP)

**Organisation (GIP Les entreprises s'engagent)** : Clara Michielini, Siegrid Henry, Florian Autret & Mahaut Lauriot Dit Prevost

**Animation (Archipel&co)** : Margault Phelip & Ariane Blanchet

## Enjeux de l'engagement des entreprises contre la pauvreté

Le Pacte des solidarités, qui entrera en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2024<sup>1</sup>, pose le cadre de l'action gouvernementale contre la pauvreté à travers deux axes. Le premier axe vise à **prévenir la pauvreté**, dès l'enfance et tout au long de la vie, par l'accès à l'emploi et les filets de sécurité sociale. Le deuxième axe consiste à **traiter la pauvreté**, en aidant les personnes à sortir de la pauvreté, à s'intégrer dans la société et à accéder à leurs droits. Le Pacte des solidarités implique l'action des acteurs qui œuvrent et coopèrent pour mieux prévenir et traiter la pauvreté dans tous les territoires, soit l'Etat, les collectivités territoriales, les caisses de sécurité sociale, les associations et acteurs de l'ESS. A leurs côtés, les entreprises ont un rôle à jouer.

La pauvreté concerne 9,2 millions de personnes en France au sens de la pauvreté monétaire, et affecte particulièrement certaines catégories de la population : un jeune sur quatre est pauvre, un enfant sur cinq, ou encore un tiers des familles monoparentale<sup>2</sup>. En 2022, 14% de la population de France Métropolitaine est en situation de privation matérielle et sociale, une proportion qui atteint son plus haut niveau depuis 2013<sup>3</sup>. En particulier, une personne sur dix vit dans un ménage qui n'a pas les moyens financiers de chauffer correctement son logement. La baisse du pouvoir d'achat, dans un contexte d'inflation des prix des produits alimentaires, de l'énergie et du logement notamment, s'élève de 130 à 364 euros par unité de consommation entre fin 2021 et fin 2023<sup>4</sup>. Elle affecte en particulier les seniors, les habitants de zones rurales et les ménages les plus pauvres. La part de leurs dépenses contraintes (mobilité, logement, etc.) dans leur revenu mensuel moyen est ainsi passé de 80% en octobre 2022 à 86% en mars 2023<sup>5</sup>. Les **entreprises, en tant que fournisseurs des biens et services**, jouent un rôle clé dans le maintien de prix accessibles pour les ménages et la réduction de leurs dépenses contraintes.

La pauvreté touche aussi très largement les chômeurs (38,9% sont sous le seuil de pauvreté monétaire). L'emploi, en offrant une rémunération, est ainsi un des leviers les plus importants pour prévenir la pauvreté ou permettre d'en sortir. Il est l'un des sujets clés du Pacte des solidarités, qui vise notamment à améliorer l'acquisition des compétences appropriées à l'accès à l'emploi dès l'enfance et l'accompagnement des adultes vers l'emploi. Et aux côtés de l'Etat, les **entreprises, en tant qu'employeurs**, jouent un rôle clé dans l'amélioration de l'accès à l'emploi, mais aussi dans l'amélioration des conditions d'emploi. Celui-ci ne protège en effet pas toujours de la pauvreté, qui touche 2,1 millions de travailleurs<sup>2</sup>, en particulier dans les secteurs de l'aide à la personne, de l'agriculture, de la restauration et de la construction.

Les entreprises peuvent également contribuer de manière significative à la lutte contre la pauvreté en **soutenant des actions sociales et solidaires**, visant à prévenir la pauvreté ou à aider les personnes à en sortir, à s'intégrer dans la société et à accéder à leurs droits. Si de nombreuses initiatives d'engagement existent déjà, telles que les fondations d'entreprise, les grandes entreprises peuvent jouer un rôle d'exemplarité en soutenant des idées innovantes qui bénéficieront aux territoires, et les petites entreprises peuvent être encore davantage mobilisées. Les entreprises capables de porter un certain risque financier ont aussi un rôle à jouer aux côtés de la puissance publique en matière d'investissement dans l'innovation sociale.

Dans cette optique, le cycle de réflexion a été organisé autour de quatre axes, qui représentent des leviers d'engagement des entreprises dans la prévention et la lutte contre la pauvreté. Premièrement, les entreprises peuvent s'engager à travers le **soutien des acteurs de la solidarité** (axe 1) notamment via le développement d'actions de mécénat (financier, en nature, en compétences). Deuxièmement, les

<sup>1</sup> Le Pacte des solidarités a été annoncé le 19 septembre 2023 par le gouvernement. Pour plus d'informations : <https://www.gouvernement.fr/communique/presentation-du-pacte-des-solidarites-aux-federations-et-associations-de-lutte-contre-la-pauvrete>

<sup>2</sup> Taux de pauvreté monétaire pour une personne seule au seuil de 60% (INSEE, 2019)

<sup>3</sup> La part des personnes en situation de privation matérielle et sociale augmente en 2022 (INSEE, 2023)

<sup>4</sup> Analyse des mesures budgétaires et du pouvoir d'achat en France en 2022 et 2023 (OFCE et France Stratégie, février 2023)

<sup>5</sup> Indice des dépenses contraintes : résultats de mars 2023 (Les Furets, 2023) – *Ménages avec des revenus mensuels nets compris en 0€ et 900€ selon la classification de l'INSEE*

entreprises peuvent porter des **partenariats innovants avec des acteurs de la solidarité** (axe 2). Par ailleurs, les entreprises peuvent s'engager pour l'inclusion économique, à travers l'exercice de leurs cœurs de métier : **l'inclusion économique par la consommation** avec la conception et la distribution de produits et services inclusifs (axe 3), et **l'inclusion économique par l'emploi** qui traite du rôle que peuvent endosser les employeurs dans la prévention, la détection, et la résolution de situation de précarité chez les travailleurs (axe 4).

#### **Les principes de l'inclusion économique**

L'inclusion économique correspond à une situation dans laquelle un individu peut prendre part, sans en être empêché, à la consommation et à l'activité économique. Un modèle économique est inclusif quand il favorise la capacité d'accès pour les populations les plus fragiles à des biens et services vitaux ou essentiels mais aussi non-essentiels, et/ou à des prêts et au crédit, et/ou à un travail décent et stable. Pour une entreprise, s'engager pour l'inclusion économique peut impliquer de repenser la raison d'être de ses activités, ses offres ou produits, et le partage de la valeur qu'elle crée.

## Liste des propositions formulées à l'issue de ce cycle

Axe 1 : Développer le mécénat d'entreprise	5
Proposition 1 : Sensibiliser massivement les entreprises sur la légitimité et l'utilité du mécénat	5
Proposition 2 : Faciliter la mise en œuvre d'actions de mécénat	6
Proposition 3 : Générer la rencontre entre entreprises, acteurs de la solidarité et services de l'Etat à l'échelle nationale et territoriale	6
Axe 2 : Susciter les partenariats et l'innovation sociale	7
Proposition 4 : Favoriser les partenariats sectoriels et locaux	7
Proposition 5 : Promouvoir et faciliter les partenariats stratégiques innovants	8
Axe 3 : Développer des offres de consommation inclusives	9
Proposition 6 : Faire connaître les offres inclusives et faciliter le passage à l'action des entreprises	9
Proposition 7 : Mieux diffuser les offres inclusives auprès des personnes cibles	10
Proposition 8 : Faire de la puissance publique un allié de la diffusion des offres inclusives	10
Axe 4 : Lutter contre les situations de précarité des travailleurs	11
Proposition 9 : Prévenir les situations de précarité des travailleurs	11
Proposition 10 : Détecter les situations de précarité des travailleurs	12
Proposition 11 : Agir face aux situations de précarité des travailleurs	12

## Détail des propositions

### AXE 1 : DEVELOPPER LE MECENAT D'ENTREPRISE

#### Contexte :

Le mécénat auprès des associations et acteurs de l'ESS qui œuvrent dans la lutte contre la pauvreté est un levier d'engagement incontournable à disposition des entreprises. Pourtant, seules 35% d'entre elles le mettent en place, 11% pensent à le faire et 54% n'ont pas l'intention d'en mener<sup>6</sup>. Les multiples besoins que les acteurs de la solidarité rencontrent (financements mais aussi main d'œuvre et ressources intellectuelles, locaux, consommables, mobiliers, services divers, etc.) appellent à penser un **mécénat multi-dimensionnel**, qui va au-delà de la simple contribution financière. Les formes d'actions à privilégier sont aussi celles de soutiens de **long terme**, qui ne s'activent pas uniquement dans l'urgence ou pour un projet spécifique, mais se construisent au service du fonctionnement global des acteurs de la solidarité, et de leur pérennité.

Il existe deux **freins au développement** des actions de mécénat et leur passage à l'échelle, tant au sein de l'entreprise qu'au niveau collectif :

- Les entreprises sont **faiblement sensibilisées** au large rôle qu'elles peuvent jouer dans l'appui aux acteurs de la solidarité, en particulier les petites entreprises qui peuvent craindre de manquer de compétences et de ressources nécessaires et sont donc difficiles à mobiliser.
- Le **manque de connaissance mutuelle** entre les mondes associatif et des entreprises complique leur collaboration, en l'absence de dispositifs gratuits et accessibles permettant la mise en avant des acteurs et leur mise en relation.

#### Proposition 1 : Sensibiliser massivement les entreprises sur la légitimité et l'utilité du mécénat

Dans l'optique de faire connaître la pratique du mécénat auprès des entreprises et de les sensibiliser à son utilité, il est suggéré d'organiser **une journée ou une semaine dédiée à la lutte contre la pauvreté**, appuyée par les pouvoirs publics, afin de susciter un large écho à tous les échelons hiérarchiques et antennes des entreprises. Cette journée serait l'occasion de promouvoir en particulier **l'engagement des collaborateurs**, par exemple sur des créneaux de travail dédiés. Il sera nécessaire de l'intégrer dans l'agenda existant.

#### Dates sur lesquelles articuler ce temps de sensibilisation au mécénat :

- Le mois de l'ESS (novembre)
- La journée mondiale du refus de la misère (17 octobre)
- Giving Tuesday (mardi 28 novembre 2023)
- Les jeudis du mécénat

En complément, il est proposé de concevoir et déployer un **outil de diagnostic pour valoriser l'efficacité des dons en nature**, permettant aux entreprises de déterminer l'impact concret de leurs

<sup>6</sup> Baromètre de l'engagement des entreprises, Opinionway pour Les entreprises s'engagent, Juillet 2023.

contributions non-financières pour les acteurs de la solidarité, qui sont si difficiles à objectiver, et donc de les encourager à développer des pratiques de don en nature plus systématiques.

## Proposition 2 : Faciliter la mise en œuvre d'actions de mécénat

Afin de lever les obstacles existants à la mise en œuvre d'actions de mécénat, il est proposé de diffuser aux entreprises un guide des **bonnes pratiques, leviers d'actions et intérêts à agir** du mécénat de long terme, qui pourrait être diffusé au sein de la Communauté Les entreprises s'engagent, à la fois sur la plateforme [lesentreprises-sengagent.gouv.fr](http://lesentreprises-sengagent.gouv.fr), et au sein des 101 clubs départementaux.

De plus, il est proposé d'approfondir le soutien aux **acteurs qui coordonnent les actions de mécénat** (collectifs d'associations, plateformes, etc.), et d'encourager les entreprises volontaires au sein de clubs comme Les entreprises s'engagent à jouer un tel rôle de coordinateur d'actions de mécénat, que ce soit dans leur branche professionnelle ou dans leur territoire. Cependant, il est évoqué que la multiplication des intermédiaires peut aussi entraver la création d'une relation de confiance durable entre les entreprises et les associations.

Principaux besoins des associations et intérêts à agir des entreprises <sup>7</sup>		
Besoins des associations :	Motivations au mécénat pour les entreprises :	Attentes des entreprises vis-à-vis du mécénat :
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bénévoles</li> <li>- Mécénat de compétence</li> <li>- Insertion professionnelle</li> <li>- Denrées, mobilier et autres consommables</li> <li>- Visibilité et engagement de moyen/long terme des entreprises mécènes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réponse à une ambition des dirigeants ou attentes de collaborateurs engagés</li> <li>- Amélioration de l'image de marque employeur</li> <li>- Enjeux financiers (diminution des coûts, défiscalisation)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proximité avec les domaines d'intervention de l'entreprise, cohérence avec sa stratégie ou opportunités business</li> <li>- Confiance dans les partenaires</li> <li>- Facilité de communication interne</li> </ul>

## Proposition 3 : Générer la rencontre entre entreprises, acteurs de la solidarité et services de l'Etat à l'échelle nationale et territoriale

Pour approfondir l'engagement des entreprises dans la lutte contre la pauvreté et opérationnaliser les actions, il est proposé d'organiser des **rencontres dédiées** entre **dirigeants d'entreprises, acteurs de la solidarité et acteurs publics**. A l'échelle nationale, il pourrait s'agir d'une rencontre entre les entreprises du club national la communauté Les entreprises s'engagent et les têtes de réseau des acteurs de la solidarité, et à l'échelle locale, entre les entreprises des clubs départementaux Les entreprises s'engagent et les associations du territoire, facilitée par les Commissaires à la lutte contre la pauvreté. Ces rencontres permettraient de partager les enjeux prioritaires actuels en matière de lutte contre la pauvreté, de partager les besoins spécifiques des associations, et de définir collectivement des leviers d'engagement réalistes des entreprises.

Par ailleurs, la création **d'une plateforme digitale de simplification du don et de l'engagement**, mettant en relation les ressources des entreprises et les besoins des acteurs de la solidarité, pourrait être envisagée pour permettre aux entreprises de soutenir facilement les actions de leurs choix, sur leurs territoires. Cette plateforme, gratuite, devrait se doter d'un outil de suivi des dons, et de garanties de sécurité (par exemple dans le cas de dons informatiques). Il convient cependant d'identifier les **initiatives existantes** (parfois thématiques, ou régionales) qui proposent déjà ce type de service, pour

<sup>7</sup> Pol MAIRE et Christophe BARRE (2022), Comment renforcer les liens entre associations et entreprises sur le thème de la solidarité ?

obtenir des retours d'expériences, et valider la pertinence d'une plateforme nationale et globale. A l'image de la start-up d'Etat [jeveuxaider.gouv.fr](https://jeveuxaider.gouv.fr)<sup>8</sup>, autour de la facilitation du bénévolat, une telle plateforme, accompagnée d'une campagne de communication massive, permettrait d'aider de nombreuses entreprises, notamment petites et moyennes, de passer le pas de l'engagement solidaire, notamment à travers du don en nature à des associations de leur territoire.

💡 **Bonnes pratiques partagées autour du mécénat d'entreprises :**

- ✓ Participer aux **forums des associations** pour identifier les acteurs à soutenir sur son territoire, y compris les moins visibles
- ✓ Se rapprocher d'associations portant une **cause commune** ou liée au cœur d'activité de l'entreprise
- ✓ Développer un **soutien fort et de long terme** avec un acteur spécifique, pour construire une relation de confiance dans la durée, permettant à terme de nourrir l'innovation mutuelle
- ✓ **Mutualiser** les actions de mécénat entre entreprises de façon sectorielle ou territoriale, afin de réaliser collectivement un impact plus significatif (notamment pour les PME et ETI)

## AXE 2 : SUSCITER LES PARTENARIATS ET L'INNOVATION SOCIALE

### Contexte :

La création de partenariats entre entreprises mécènes constitue un levier pour massifier les actions de mécénat. Et au-delà de l'action de mécénat, les expériences démontrent une véritable opportunité dans les collaborations mixtes entre entreprises et associations, autour de partenariats plus ou moins aboutis, innovants, engageants. Ces partenariats permettent de renforcer l'action mutuelle au service de la lutte contre la pauvreté, en dépassant la simple action de mécénat ou d'aide d'urgence. Ils peuvent prendre la forme de véritables **partenariats stratégiques**, reposant sur des synergies vertueuses qui concilient les intérêts économiques de l'un avec les intérêts sociaux de l'autre. Ils peuvent, selon leurs modalités, nécessiter l'utilisation de contrats ou de formes spécifiques dédiées.

Les partenariats stratégiques entre entreprises et acteurs de la solidarité sont encore assez peu connus et déployés et rencontrent plusieurs **freins à l'action** :

- Une faible **sensibilisation** au sujet des entreprises
- Une faible **connaissance mutuelle** entre mondes associatifs et de l'entreprise
- Certains **freins juridiques** qui rendent leur mise en œuvre fastidieuses

### Proposition 4 : Favoriser les partenariats sectoriels et locaux

Tout d'abord, afin d'impliquer davantage les TPE/PME et ainsi amplifier l'impact du mécénat, les entreprises sont incitées à **mutualiser leurs actions**, de façon **sectorielle** en mobilisant les

<sup>8</sup> <https://www.jeveuxaider.gouv.fr/>

organisations professionnelles et de branches, relais très importants pour leurs entreprises adhérentes), ou de façon **territorialisée** en mobilisant par exemple le dispositif des Dotations d'Action Territoriales<sup>9</sup>.

Des rencontres entre les **Hauts-commissaires à la lutte contre la pauvreté**, les antennes associatives dans les territoires correspondants et les entreprises des **clubs départementaux Les entreprises s'engagent** seraient utiles pour favoriser et opérationnaliser ces partenariats locaux.

 **Bonnes pratiques partagées sur les partenariats entreprise-associations :**

- ✓ Nouer des partenariats de sous-traitance avec des **entreprises d'insertion**
- ✓ Impliquer une **association experte dans le pilotage** de l'entreprise
- ✓ Identifier des **synergies communes** (prescription de clients, valorisation mutuelle, etc.), en fonction des ressources et de l'expertise de chacun
- ✓ Co-construire et mettre en œuvre des **projets de solidarité communs**
- ✓ Utiliser des **Contrats à Impact** pour amplifier l'investissement
- ✓ Créer des **entreprises sociales communes** ou des filiales à mission

## Proposition 5 : Promouvoir et faciliter les partenariats stratégiques innovants

Il est nécessaire de sensibiliser les entreprises à la possibilité de nouer des **partenariats concrets et des coopérations économiques** avec les acteurs de la solidarité (offre commune ou coconstruite, prescription, etc.). Plusieurs outils permettraient de susciter le développement de tels partenariats innovants.

Les **Contrats à Impact** utiles pour faciliter l'investissement d'entreprises dans des projets à impact social et/ou environnemental, sont peu utilisés aujourd'hui : leur utilisation pourrait être promue et simplifiée pour les rendre plus accessibles et attractifs aux entreprises.

Afin de mieux encourager et valoriser la coopération opérationnelle avec des acteurs de la solidarité, Il est aussi proposé de valoriser des **critères liés à la solidarité** dans les statuts d'entreprises (ex : entreprise à mission) et l'attribution des contrats, y compris les contrats publics avec la possibilité d'ajouter une « clause de solidarité » aux côtés des clauses existantes (telles que les clauses d'insertion par l'activité économique).

Enfin, il serait judicieux de créer un statut particulier et incitatif (charges patronales réduites, accès à des financements...) pour les **joint-ventures sociales** et de sensibiliser les acteurs de la commande publique à l'existence de ces formes d'entreprises.

 **Définitions :**

- Un **Contrat à Impact** est un accord financier où un acteur privé peut financer un acteur à impact social et/ou environnemental et être ensuite remboursé par la puissance publique partenaire si les objectifs d'impact fixés sont atteints.
- Une **joint-venture sociale** est une entreprise sociale créée et possédée par une entreprise privée et une association. Les joint-ventures sociales existent principalement dans le champ de l'insertion par l'activité économique, et ont été fortement initiés par le groupe de l'IAE Arès.

<sup>9</sup>Initiée par la fondation Break Poverty, la Dotation d'Action Territoriale, DAT, est une allocation volontaire de l'entreprise, allant jusqu'à 2% de son résultat net, et affectée par elle-même à des projets de lutte contre la pauvreté des jeunes sur son territoire. L'entreprise s'engage à soutenir un ou plusieurs projets locaux de son choix pendant 3 ans. <https://breakpoverty.com/la-dotation-daction-territoriale-cest-quoi/>

## AXE 3 : DEVELOPPER DES OFFRES DE CONSOMMATION INCLUSIVES

### Contexte :

Pour les entreprises, l'un des leviers d'engagement direct dans la lutte contre la pauvreté est celui des prix à la consommation, qui influent directement sur le budget quotidien des ménages et leur pouvoir d'achat. Or, depuis les années 1990 se développent des modèles de consommation inclusifs, dont l'objectif est de rendre plus accessibles des biens et services essentiels en **réduisant le niveau de dépenses** contraintes des ménages. Ces offres sont conçues pour être **viabes économiquement**, et s'éloignent ainsi des approches philanthropiques traditionnelles. Elles sont généralement liées au cœur d'activité de l'entreprise, et peuvent être mises en place seules ou à travers des partenariats innovants avec des acteurs de la solidarité ou des acteurs publics. Parfois, elles sont aussi obligatoires, à l'image du secteur bancaire dont la réglementation impose de proposer des services adaptés aux clients en situation de fragilité financière.

Les offres de consommation inclusives sont encore faiblement développées, étant donnés plusieurs **freins à l'action** :

- Les entreprises s'avèrent faiblement informées et sensibilisées à leur existence, et peu outillées dans leur mise en œuvre parfois complexe
- Leur rentabilité généralement plus faible peut désinciter les entreprises à se lancer
- Les publics peuvent rencontrer des freins pour connaître et accéder à ces offres
- Leur valorisation par les pouvoirs publics est délicate au nom de la concurrence

### Proposition 6 : Faire connaître les offres inclusives et faciliter le passage à l'action des entreprises

Afin de sensibiliser et d'inciter les entreprises à adopter des pratiques inclusives, il est proposé d'organiser une **vaste campagne d'information** au sein de la communauté Les entreprises s'engagent, occasion de sensibiliser et d'outiller les entreprises par le partage d'études de cas très concrètes avec l'intervention de porteurs de projets.

Il serait judicieux d'intégrer ce même type d'études de cas dans les **parcours académiques** afin de sensibiliser les futurs actifs à la possibilité de modèles économiques inclusifs - la Conférence des Grandes Ecoles pourrait être mobilisée pour promouvoir cette thématique au sein des parcours.

#### **L'exemple du programme Club Mobilité**

Le Club Mobilité vise à rendre accessible la mobilité aux demandeurs d'emplois, en leur proposant un contrat de location avec option d'achat pour un véhicule neuf bon marché financé par un microcrédit. Le programme, qui a la forme d'une entreprise sociale viable économiquement, est notamment porté par Renault Group, l'Action Tank Entreprise & Pauvreté, des organismes de micro-crédits (ADIE, la Fédération nationale des Caisses d'Epargne, etc.) ainsi que Pôle Emploi qui joue le rôle de prescripteur.

Enfin, il est proposé un **guide de la consommation inclusive destiné aux entreprises**, qui présenterait les freins sociaux auxquels répondent les offres inclusives, leurs modèles économiques et des bonnes pratiques. Rédigé collectivement entre entreprises, des experts et éventuellement des acteurs publics, ce guide pourrait évoluer vers un **cahier des charges** définissant les caractéristiques clés d'une offre inclusive (et prendre par la suite la forme éventuelle d'un **label porté par l'Etat**).

💡 **Bonnes pratiques partagées au sujet du développement d'offres inclusives :**

- ✓ Choisir un projet aligné avec **la raison d'être** de l'entreprise
- ✓ Cibler un public spécifique et adapter les caractéristiques du produit ou service et son prix en fonction des **freins rencontrés par ce public**
- ✓ Réorganiser la chaîne de valeur autour d'un **collectif innovant de partenaires**, permettant de capitaliser sur les expertises spécifiques de chacun, avec en particulier le soutien de la puissance publique comme prescripteur
- ✓ Considérer les personnes cibles comme des clients et non des bénéficiaires, mais leur fournir la communication et **l'accompagnement nécessaire** tout au long de leur utilisation de l'offre, ainsi que lors de la réorientation vers d'autres offres si nécessaire
- ✓ **Créer des statuts propres** comme des SAS à but social ayant pour objectif des retours sur investissement

### Proposition 7 : Mieux diffuser les offres inclusives auprès des personnes cibles

Les potentiels clients des offres inclusives peuvent rencontrer des difficultés à y accéder. Il est donc proposé la rédaction d'un **catalogue de référencement des offres inclusives à destination des potentiels bénéficiaires**, qui centraliserait toutes les offres disponibles. Ce catalogue serait diffusé auprès des réseaux d'associations et travailleurs sociaux capables de réorienter les publics vers ces offres.

Sous le modèle de la plateforme 1jeune1solution, un tel catalogue pourrait être soutenu par la puissance publique afin de reconnaître la légitimité et l'intérêt des offres référencées. Il pourrait d'ailleurs rassembler à la fois des aides publiques et privées, à l'image de la plateforme Aides-Territoires. Il pourrait aboutir à terme à un **label de l'offre inclusive**, soutenu par l'Etat (cf proposition 8).

### Proposition 8 : Faire de la puissance publique un allié de la diffusion des offres inclusives

Les acteurs publics sont clés pour aider au déploiement des offres inclusives. Ils peuvent en effet jouer le rôle de prescripteur en orientant des publics précaires vers ces offres, et de légitimateur, en lançant une forme de **labellisation ou de certification** des offres inclusives. Pour dépasser la frilosité de la puissance publique à valoriser les offres inclusives plutôt que d'autres offres économiques au nom du respect de la concurrence, il est suggéré de mener auprès d'elle un plaidoyer sur la forte utilité sociale de ces offres.

🔗 **L'exemple de la Carte Jeune Engagé**

La Carte Jeune Engagé propose aux jeunes en insertion d'accéder à tarif solidaire à des biens et services essentiels dans de nombreux postes de consommation (alimentation et produits d'hygiène, mobilité, logement et hébergement, soins et santé mentale, sport, loisirs, culture, équipements numériques et électroménagers). Elle prendra la forme d'une carte avantage dématérialisée, donnant accès aux avantages en générant un code promo lors d'un achat en ligne ou en présentant un QR code lors d'un passage en caisse.

Elle est actuellement développée par L'Incubateur de Services Numériques (DINUM) de l'Etat avec le soutien du Ministère du Travail, du Plein Emploi et de l'Insertion, et de la Communauté Les entreprises s'engagent. Les premières expérimentations vont être lancées en 2024.

## AXE 4 : LUTTER CONTRE LES SITUATIONS DE PRECARITE DES TRAVAILLEURS

### Contexte :

L'emploi est crucial pour échapper à la pauvreté, mais même en travaillant, 2,1 millions de personnes sont pauvres<sup>10</sup> en raison d'emplois précaires (temps partiel, CDD, micro-entrepreneuriat, intérim, faible rémunération...), d'un nombre important de personnes à charge, ou encore de revenus annexes insuffisants. Les jeunes, les travailleurs non diplômés, et ceux dans les secteurs de l'aide à la personne, de l'agriculture, de la restauration et de la construction sont particulièrement vulnérables<sup>11</sup>. Les entreprises, aux côtés de l'Etat, ont un rôle à jouer, elles qui peuvent prévenir la pauvreté en employant des personnes éloignées de l'emploi et en garantissant un certain niveau de salaires, mais aussi détecter et agir contre les situations de précarité parmi leurs travailleurs (salariés, mais aussi intérimaires et sous-traitants).

Plusieurs **freins à l'action** pour les entreprises rendent l'existence de situations de précarité des travailleurs encore trop récurrentes :

- Les employeurs sont trop faiblement conscients de la possibilité de situations de forte précarité parmi leurs travailleurs
- Les travailleurs ne sont pas toujours informés des dispositifs d'aides à leur disposition, ou n'osent pas y avoir recours dans le cadre de l'entreprise
- Ce tabou complique le passage à l'action des entreprises ou des services sociaux quand il y en a, et pose la question du rôle que doit jouer l'entreprise dans de telles situations personnelles.

### Proposition 9 : Prévenir les situations de précarité des travailleurs

Pour mieux prévenir les situations de précarité des travailleurs, il est d'abord nécessaire que les entreprises assument un rôle de **relais des aides sociales disponibles pour les travailleurs**, aux côtés de l'Etat, par exemple en intégrant ces informations dans le parcours d'accueil des salariés, sans discrimination.

Il est aussi suggéré que les entreprises instaurent un **socle minimal de salaire et d'aides sociales** pour tous les employés, qui inclurait des services visant à réduire les dépenses (actionnariat, mutuelle, mobilité, logement, mode de garde des enfants, santé, alimentation, régularisation des situations, etc.) et à accompagner en cas de précarité, avec une attention particulière portée sur le **non-recours aux droits** grâce à des dispositifs allant vers les travailleurs.

L'idée d'un « **1% patronal** » pour les travailleurs est avancée, sur le modèle de l'Action logement<sup>12</sup>, pour financer des services essentiels et contribuer à un meilleur partage de la valeur.

#### **L'exemple de l'aide à la rénovation énergétique de Saint-Gobain**

Dans l'objectif de participer à l'effort global d'amélioration de la performance énergétique des bâtiments, Saint-Gobain contribue, en complément des aides de l'Etat, au financement de la rénovation énergétique des logements de ses salariés aux revenus les plus modestes en France.

<sup>10</sup> Taux de pauvreté monétaire à 60% (INSEE, 2019)

<sup>11</sup> Qui sont les 190 000 travailleurs pauvres des Hauts-de-France ? (Insee, 2020)

<sup>12</sup> Action logement est un dispositif d'aide au logement financé par la participation des employeurs

## Proposition 10 : Détecter les situations de précarité des travailleurs

Il est nécessaire d'inciter les entreprises à détecter les éventuelles situations de précarité parmi leurs travailleurs. Les dirigeants en premier lieu membres du réseau Les entreprises s'engagent, pourraient ainsi être encouragés à diffuser **des enquêtes anonymisées à destination de tous leurs salariés** pour comprendre la situation de leurs travailleurs et leurs éventuels freins pour aller au travail (mobilité, logement...). Ces enquêtes seraient aussi l'occasion de présenter les dispositifs d'aides à disposition des travailleurs, sans stigmatisation.

Pour encourager les entreprises à s'emparer du rôle de détection des situations de précarité, il s'agit de rappeler la place qu'elles peuvent prendre dans la vie de leurs travailleurs quotidiennement sur site, et donc de leur **responsabilité à les écouter et accompagner**, mais aussi de **développer un argumentaire économique** en démontrant le coût de ne pas le faire (turnover, baisse de la performance, indisponibilités, etc.)

### 💡 **Bonnes pratiques partagées sur la lutte contre les situations de précarité des travailleurs :**

- ✓ **Recruter** des personnes en situation de précarité en collaborant avec des acteurs associatifs spécialisés ou en collaborant avec Pôle Emploi pour résoudre les éventuels freins d'accès à l'emploi de candidats ciblés
- ✓ **Offrir des services concrets** pour réduire les dépenses contraintes des travailleurs (ex : mobilité, logement, énergie, garde d'enfants, etc.)
- ✓ **Mettre en place des dispositifs d'accompagnement** internes dédiés au retour à une situation stable des travailleurs confrontés à des situations de précarité, ou accidents de la vie.

## Proposition 11 : Agir face aux situations de précarité des travailleurs

Pour agir face aux situations de précarité des travailleurs, quand celles-ci sont avérées, les entreprises sont encouragées à se doter d'assistantes sociales et de dispositifs d'aides ou de réduction des dépenses dédiés.

Un levier pour massifier l'impact de ces actions est de se réunir entre entreprises de **mêmes secteurs ou de mêmes branches professionnelles**, en mutualisant les services d'aides proposés. L'intérêt de travailler par secteur ou branche d'activité est de pouvoir adresser des **freins sociaux communs entre les travailleurs**, et de **diminuer la précarité globale** du secteur en impliquant les entreprises de toutes tailles. Il pourrait en ressortir une augmentation de l'attractivité du secteur, particulièrement nécessaire dans certains secteurs en tension.

### 🔗 **L'exemple du Fastt dans le secteur de l'intérim**

Le Fonds d'action sociale du travail temporaire (Fastt) est un fonds mutualisé entre acteurs de l'intérim qui y contribuent en fonction de leur chiffre d'affaires. Il offre des services aux intérimaires tels que des aides à la location de voitures, un service d'aide au logement, des services de garde d'enfants et un soutien social assuré par des assistantes sociales. Il peut être sollicité par tout intérimaire qui rencontrerait des freins sociaux à l'emploi.

<https://www.fastt.org/>

## Conclusion

A travers ces onze propositions, les entreprises expriment leur volonté de s'engager ensemble, et conjointement avec l'État et le secteur de l'ESS pour prévenir et lutter contre la pauvreté. Les leviers d'agir sont multiples : la consommation, l'emploi, l'appui aux acteurs de la solidarité et le développement d'une dynamique partenariale avec ces derniers. Ces propositions expriment par ailleurs le souhait d'une plus grande coopération et inter-connaissance entre acteurs de la solidarité (qui apprennent eux aussi à dialoguer de manière plus intense avec les entreprises), entreprises qui souhaitent d'engager, et pouvoirs publics qui peuvent aider à orienter les efforts, en accord avec les enjeux de solidarité du pays. Ces propositions cherchent à simplifier le « chemin de l'engagement » pour les entreprises, petites ou grandes, qui aimeraient agir plus, sans savoir véritablement par où commencer. Elles rappellent que le don en nature est un levier accessible, qu'il convient de massifier, que le mécénat financier est un support essentiel de l'action des acteurs de la solidarité, et que de nouvelles collaborations sont possibles. Elles affirment aussi que l'entreprise peut agir en son sein, par ses produits, services, et en lien avec ses salariés, mais que ce levier est encore profondément méconnu, et suppose une transformation interne des entreprises dans la définition des frontières entre "business et philanthropie".

Le GIP Les entreprises s'engagent se porte volontaire pour faciliter chacune des propositions, et appelle à la constitution d'une coalition Etat – Entreprises – Associations qui concevraient – ensemble – des propositions efficaces, au service de la solidarité.