

# Plénière Action Tank

« L'innovation au service des populations fragiles : quand les grands groupes remettent en question leurs pratiques »

25 septembre 2015

# Temps forts

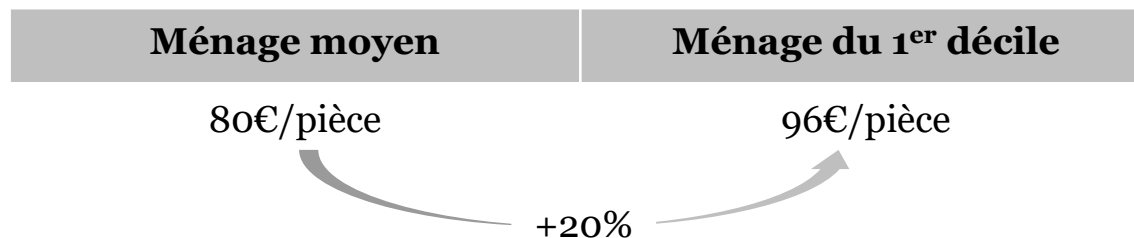
- L'inadéquation des offres présentes sur le marché
- Convaincre les acteurs
- Construire une nouvelle offre
- Valider et expérimenter une nouvelle offre
- Conclusion

# L'inadéquation des offres présentes sur le marché

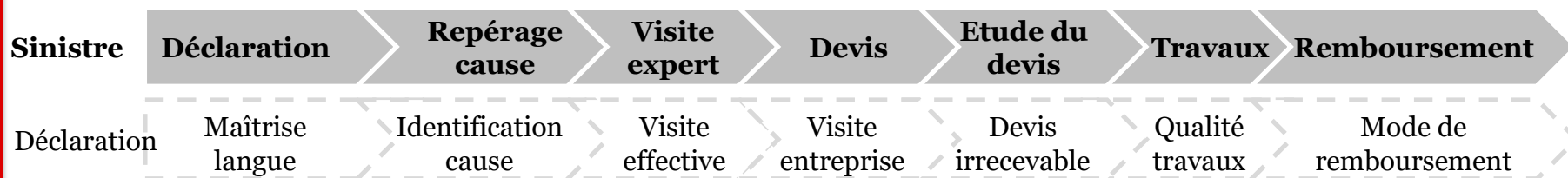
# Assurance habitation

# Des offres d'assurance MRH inadaptées

- Un produit où se manifeste la double peine de la pauvreté<sup>1</sup>



- Une gestion des sinistres complexe, qui multiplie les obstacles à une indemnisation effective



1. BCG, « Entreprise et pauvreté : qualification de la « double peine » et enjeux pour les entreprises » (2011) – Sources : INSEE, données 2006-2008

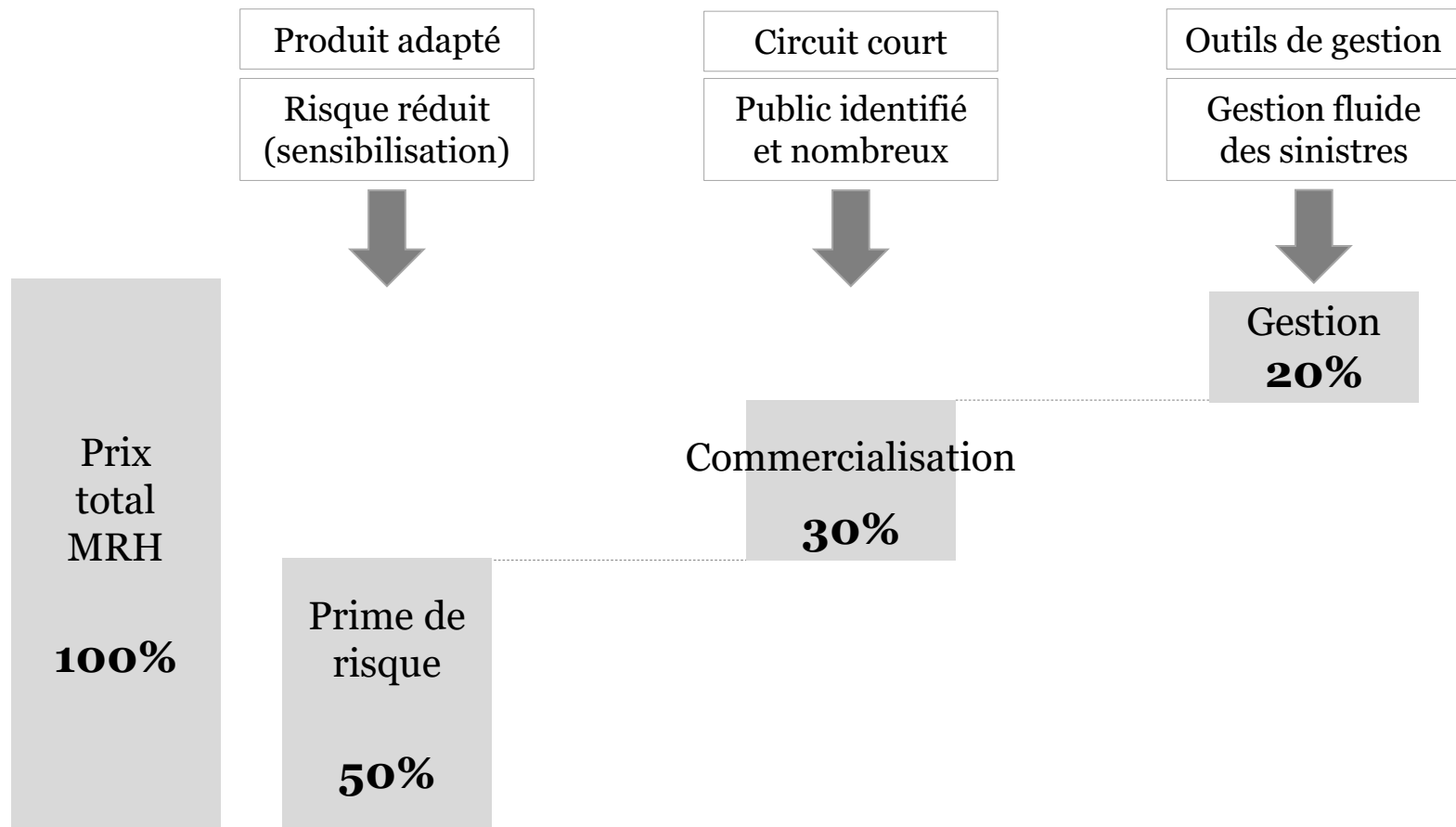
# Des alternatives insatisfaisantes

- 3 choix pour les ménages à faibles revenus
  - Sur-assurance
  - Désassurance
  - Une assurance « low-cost »



**Notre objectif : une assurance de qualité, à prix réduit**

# Une réponse globale pour revoir l'ensemble des composants du prix



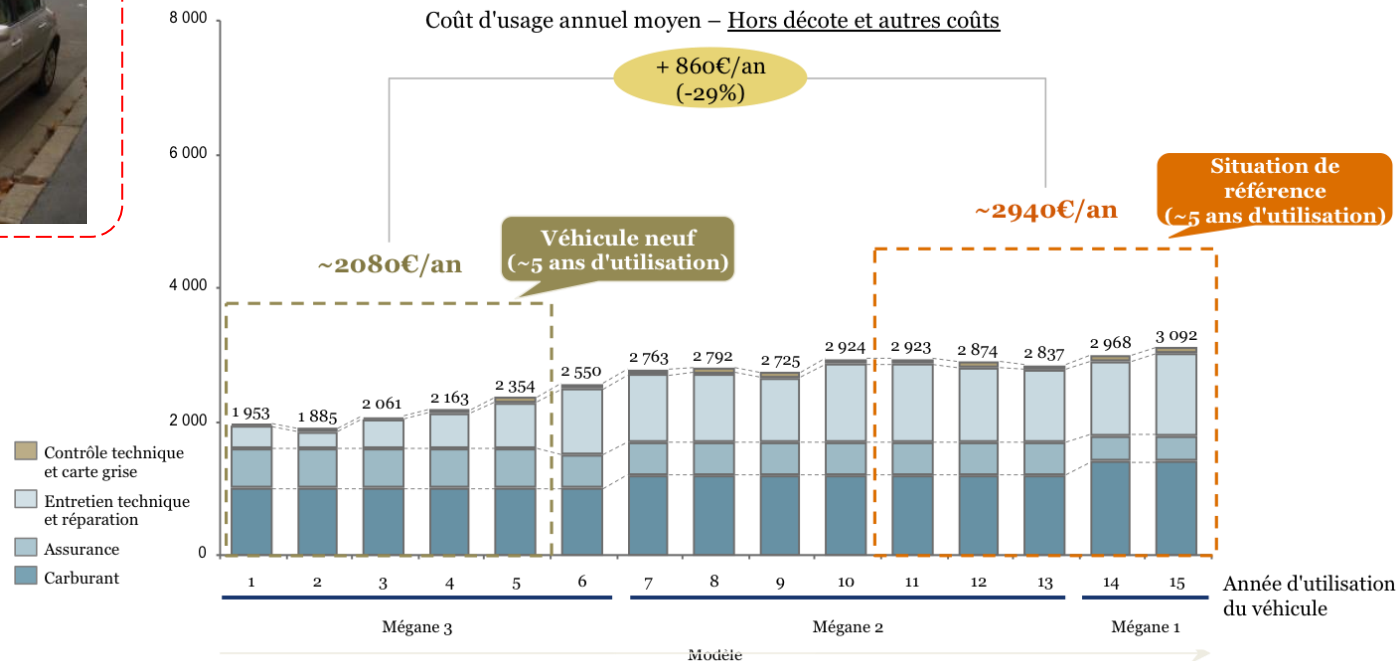
# Club Mobilité



# Des offres de véhicules inadaptées

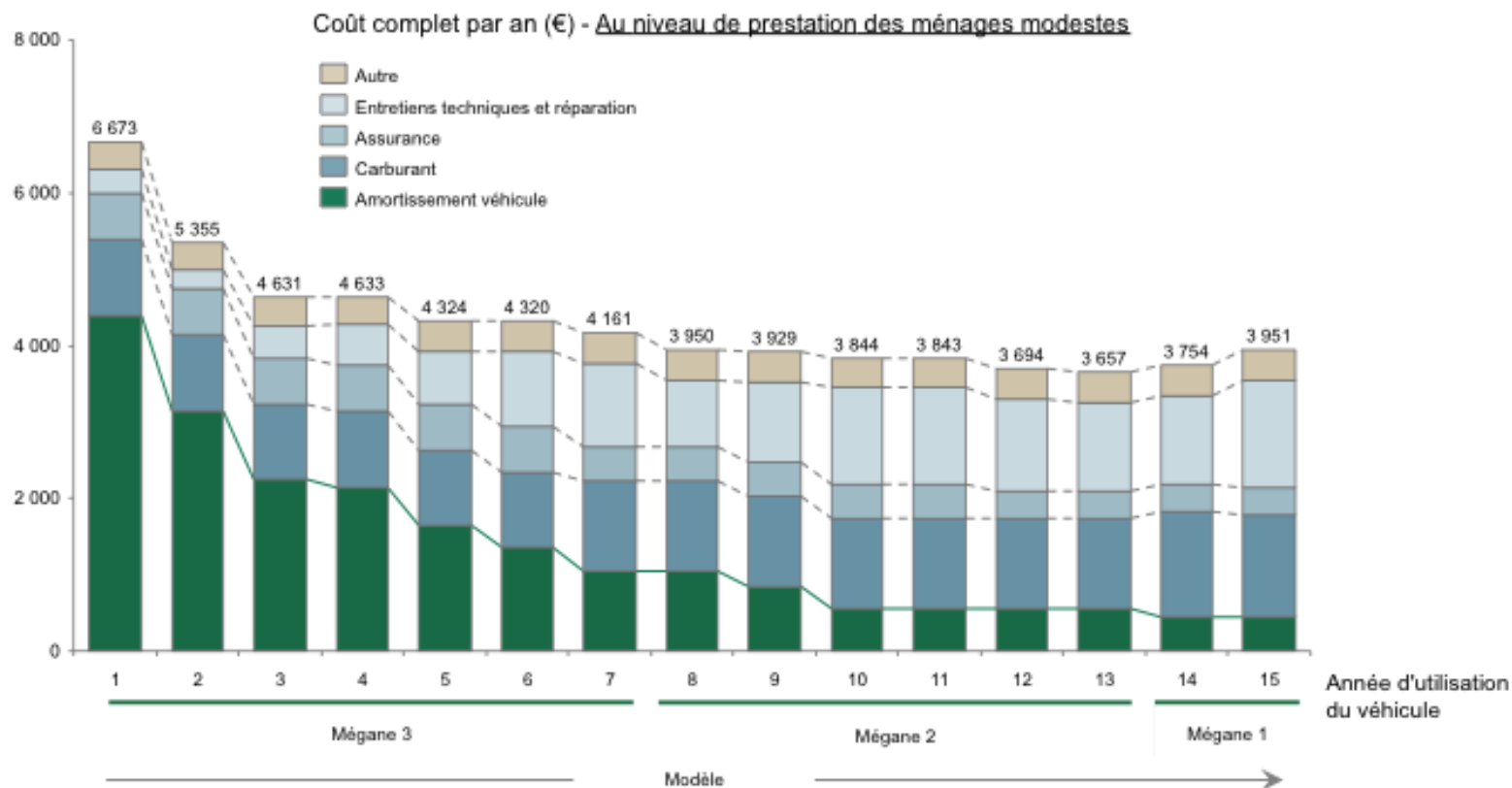
- Des véhicules d'occasion anciens peu fiables, aux coûts d'usage très importants et fluctuants

- Modèle : Renault Mégane II
- Prix d'achat : 4000€
- Age : **11 ans**
- KM : **165 000**
- Carburant : Diesel



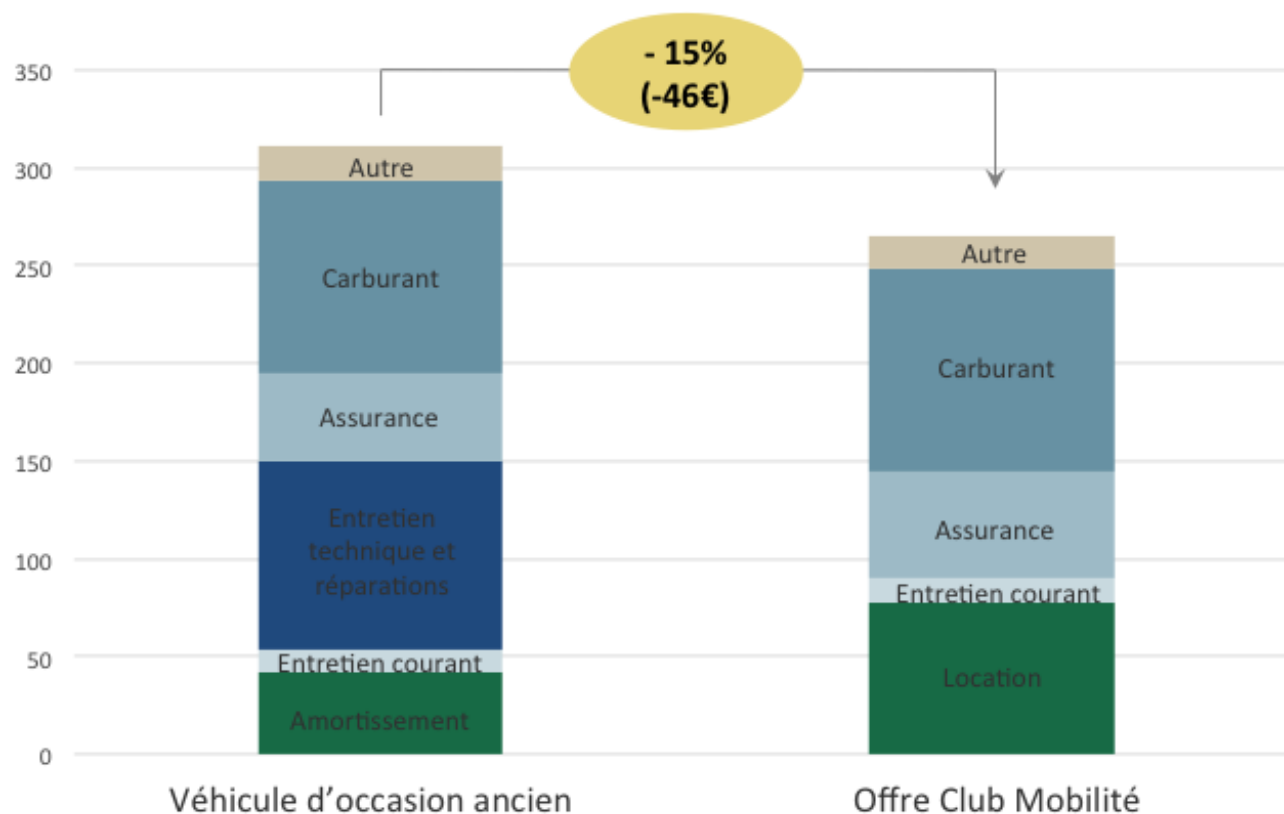
# Comment donner accès aux conditions d'usage les plus avantageuses?

- L'achat d'un véhicule neuf ou d'une occasion récente n'est pas envisageable



# Les leviers activés

- Location longue durée
- Mobilisation de l'ensemble des acteurs impactant le budget automobile (essence et assurance notamment)



# Impacts de l'offre

**Baisse du taux d'effort des ménages modestes sur l'automobile**

**Réduction de la volatilité des dépenses liées à l'automobile**

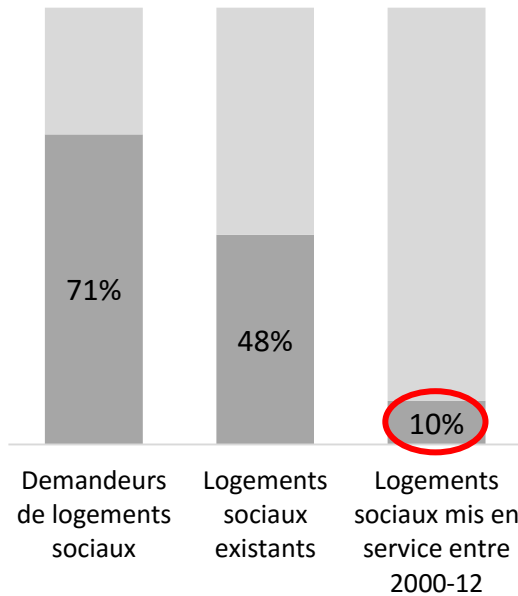
**Diminution de l'opacité perçue sur les dépenses automobiles**

**Réduction de la pression psychologique liée à l'utilisation d'une voiture au quotidien**

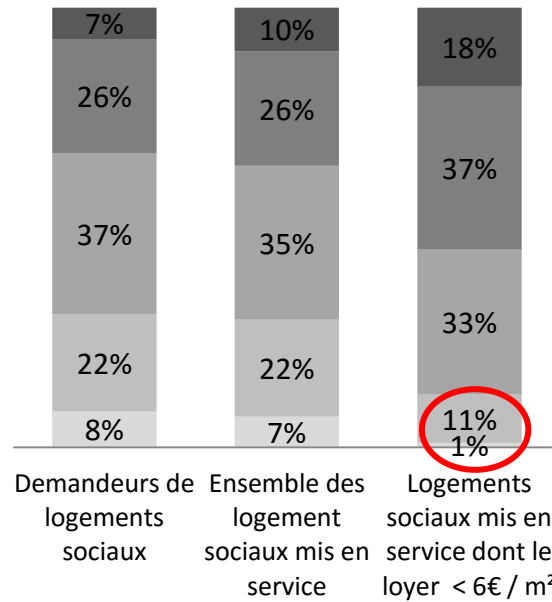
# Logement – Construction neuve

# Une offre neuve de logements sociaux inadaptée

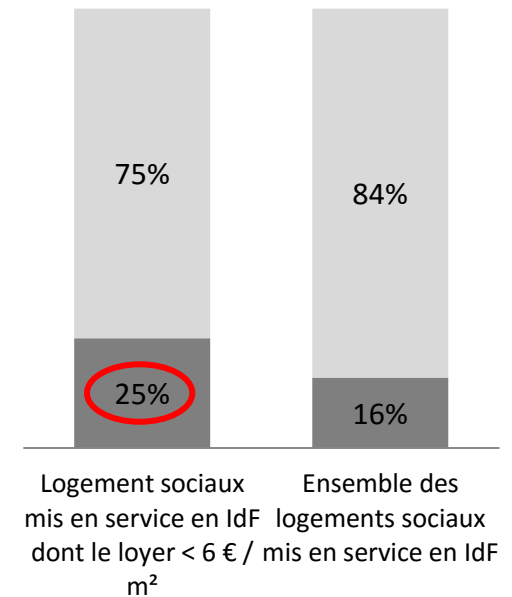
## Des niveaux de loyers par m<sup>2</sup> inadaptés



## De trop grands types de logements



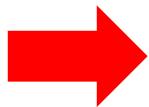
## Une offre abordable surreprésentée en ZUS



■ Autres financements > 6€/m<sup>2</sup> ■ PLAI - 6€/m<sup>2</sup>

■ T1 ■ T2 ■ T3 ■ T4 ■ T5+

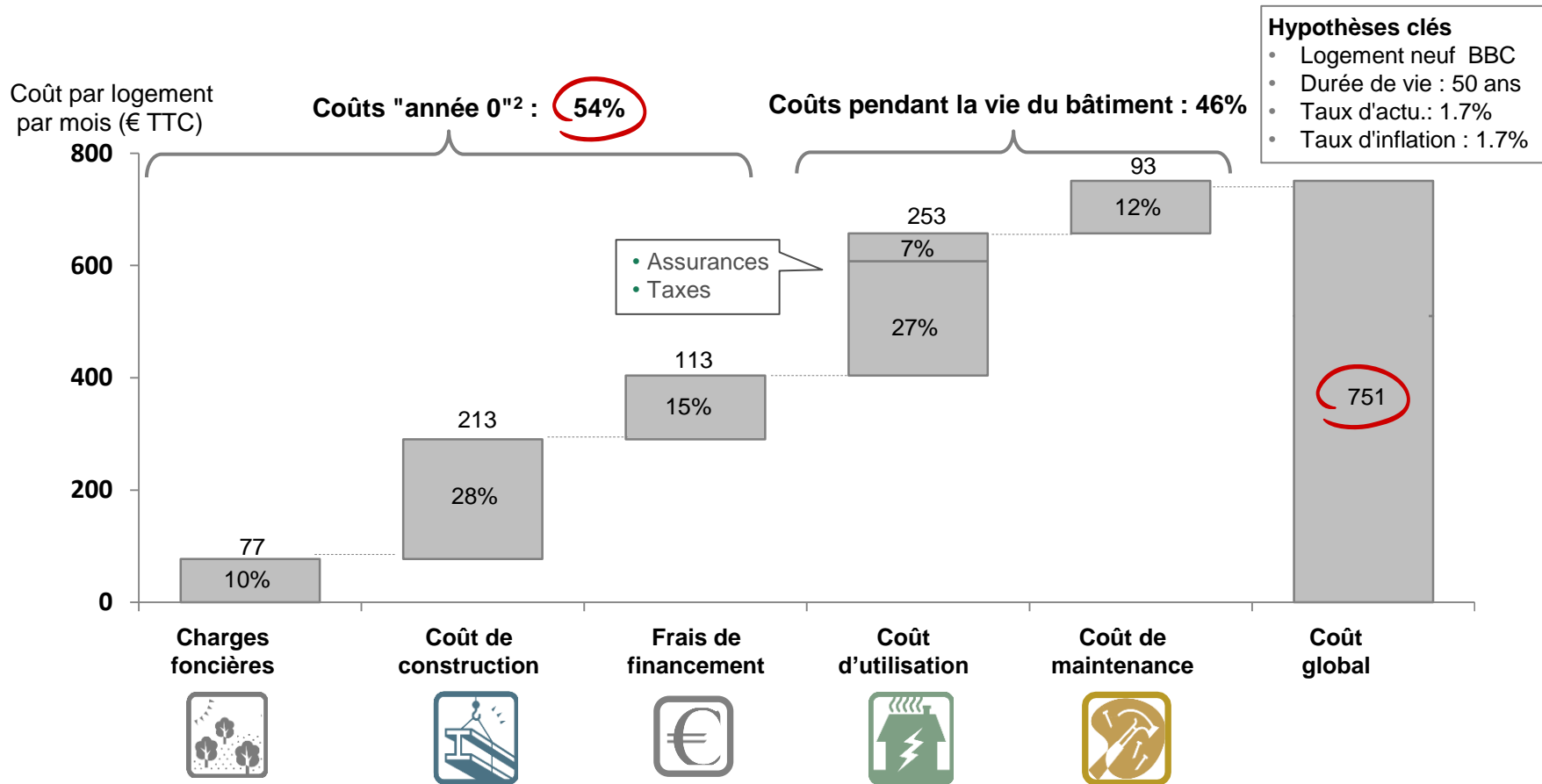
■ ZUS ■ Hors ZUS



- **Difficultés d'accès au logement social pour certains ménages fragiles, contraints de loger dans le parc privé**
- **Reste-à-vivre insuffisant pour 128 000 locataires du parc social francilien**

# Une approche par le coût global du logement

## > Décomposition du coût global d'un logement social<sup>1</sup> neuf



# Une méthode renouvelée pour une offre adaptée



## Adaptation aux besoins

- Un diagnostic des besoins de logement du territoire
- Identification de publics fragiles : prise en compte des besoins et des capacités financières des publics



## Baisse du coût global

- Recherche de leviers d'économies sur l'ensemble des postes de coûts
  - ✓ Investissement et exploitation
  - ✓ Optimisation et réinvention
  - ✓ Bâti, Energie, Financement, Vivre ensemble...



## Co-conception

- Un outil de pilotage partagé autour d'un objectif commun : l'amélioration du reste-à-vivre des habitants
- Un cadre de travail collaboratif impliquant l'ensemble des acteurs (élus, architecte, constructeur, bailleur, exploitants, habitants...)



# Convaincre les acteurs



Jean-Christophe Gard  
partner BCG  
en charge de l'assurance



Bruno Rollet  
architecte

# Construire une nouvelle offre



Laurent Basnier  
Directeur général  
Aparthotels Adagio



François Rouvier  
Directeur Social Business  
et Sécurité routière  
Renault



Hervé Hebert  
Directeur Communication,  
partenariats et CEE  
Total Supply Marketing

# Valider et expérimenter une nouvelle offre



Sébastien Longin  
Directeur général  
Plaine Commune Habitat



Daniel Lascols  
Directeur du Fonds  
d'Action Sociale du Travail  
Temporaire

# Conclusion

- Frédéric Dalsace, Professeur Associé Marketing, Titulaire de la Chaire Social Business Entreprise et Pauvreté - HEC Paris



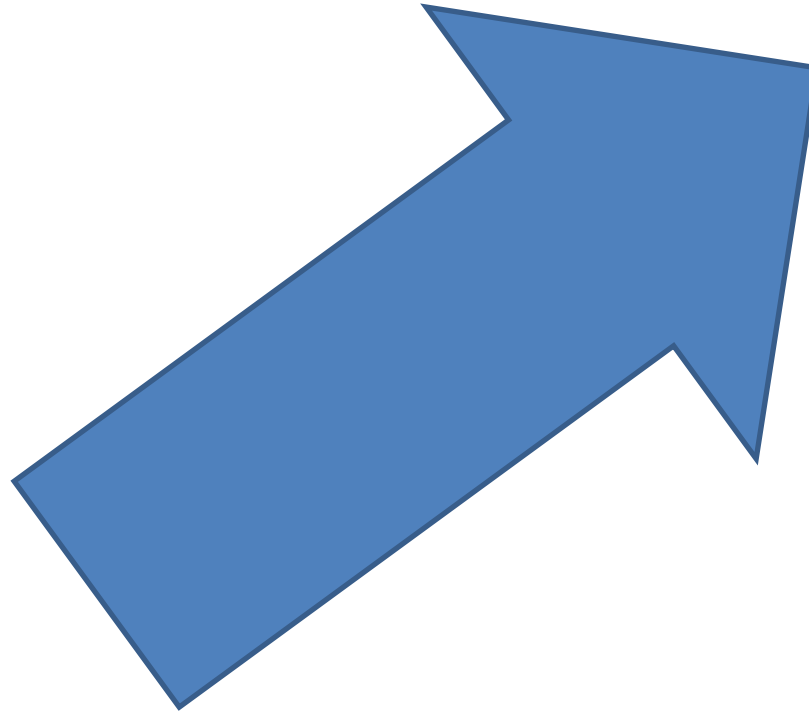
# Vers une nouvelle étape dans le management de l'innovation des grandes entreprises?

---

Frederic DALSADE, HEC Paris

Une complexification croissante du processus d'innovation

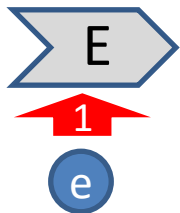
Acteurs



Lieux

# Phase 1: De l'entrepreneur à l'Entreprise

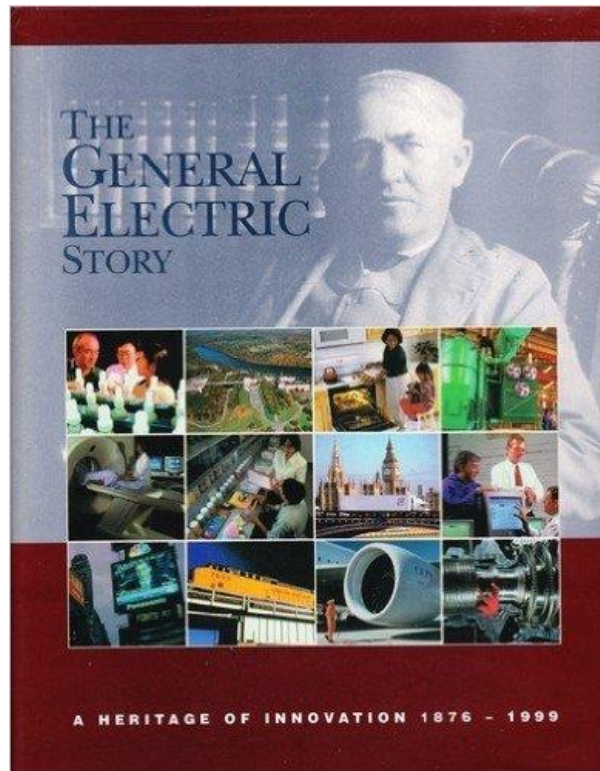
Acteurs



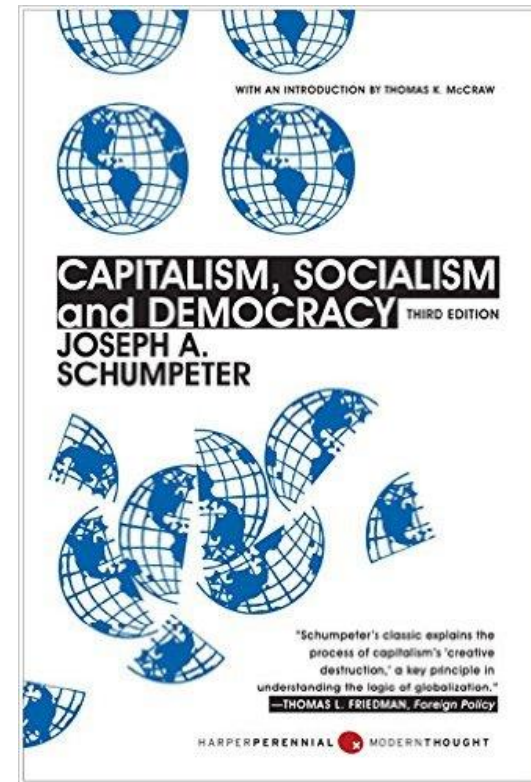
Lieux

# Phase 1: De l'entrepreneur à l'Entreprise

Acteurs

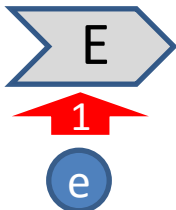


1890



1950

Lieux





## Phase 2 : Le co-développement avec les fournisseurs

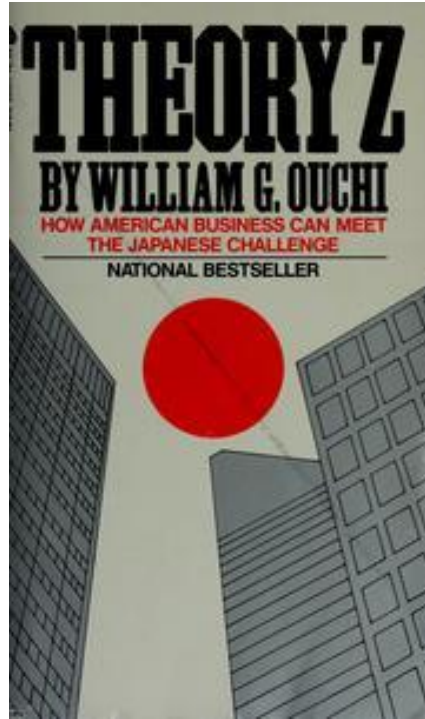
Acteurs



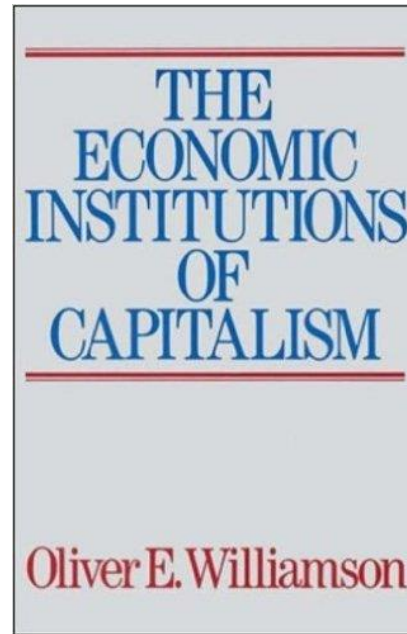
Lieux

# Phase 2 : Le co-développement avec les fournisseurs

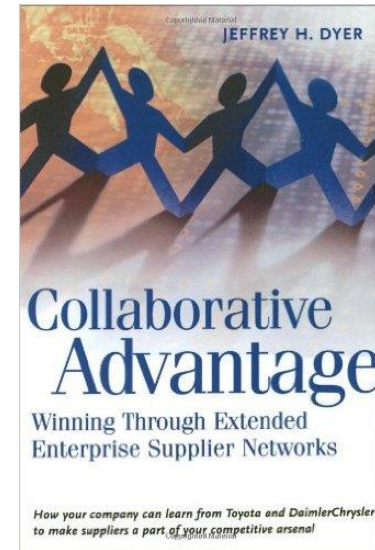
Acteurs



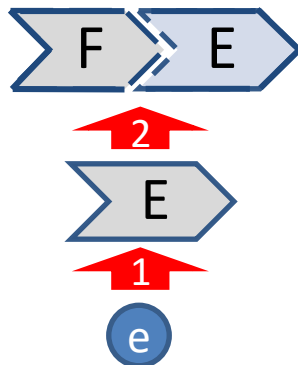
1981



1985



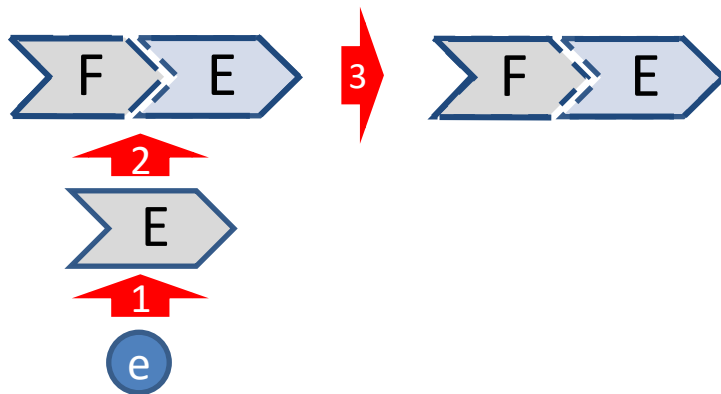
(2000)



Lieux

# Phase 3 : Innovation multi-continentes

Acteurs

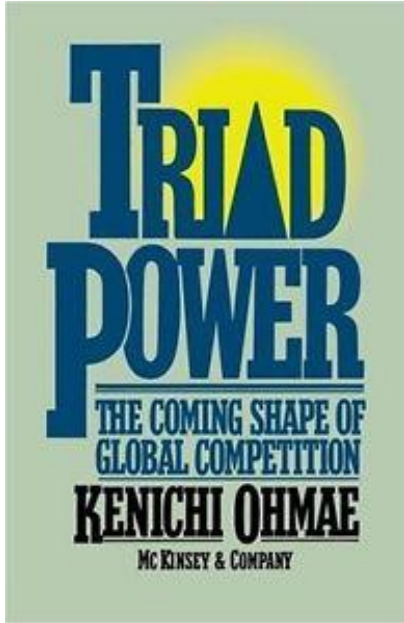


Lieux

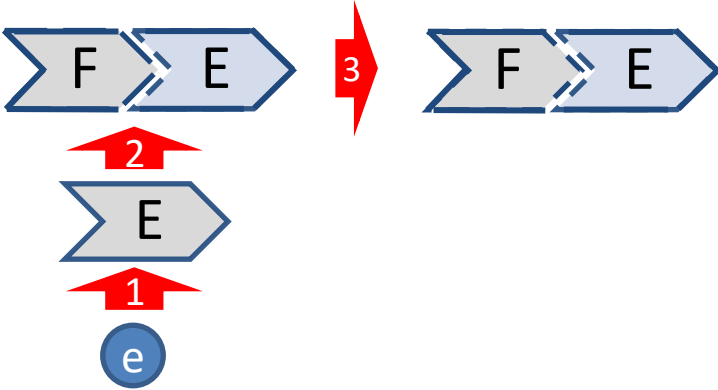
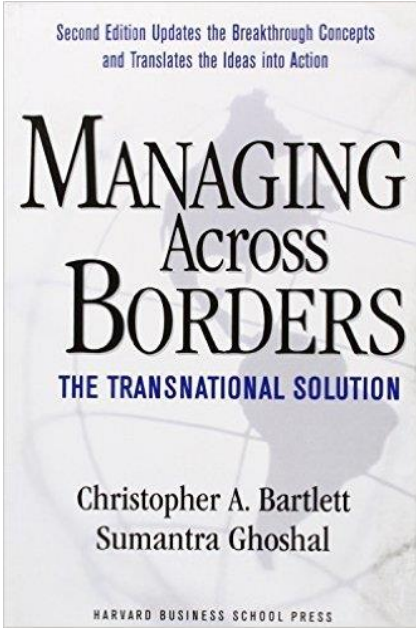
# Phase 3 : Innovation multi-continentes

(2002)

Acteurs



1985

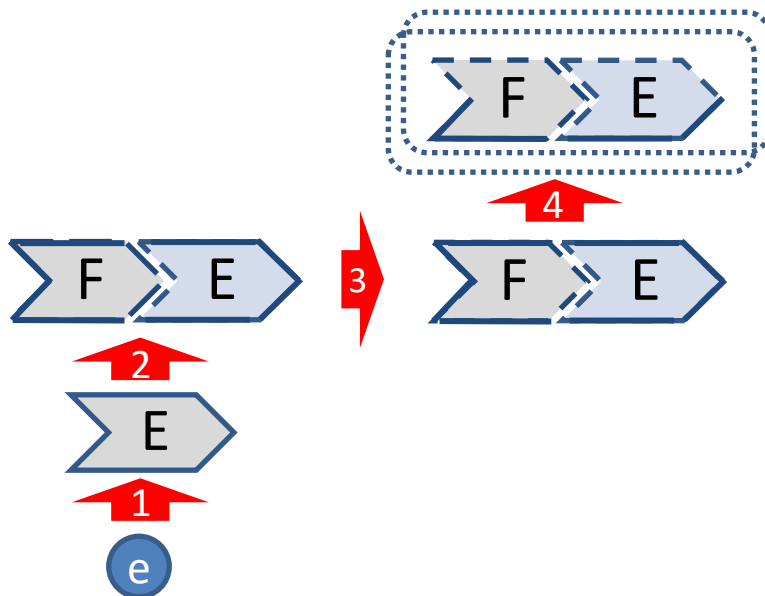


(2001)

Lieux

# Phase 4 : Le développement des réseaux d'innovation

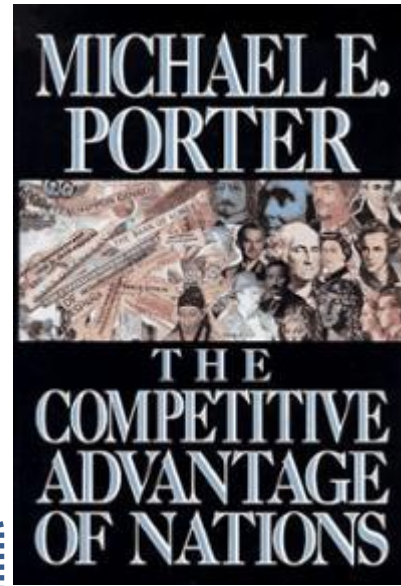
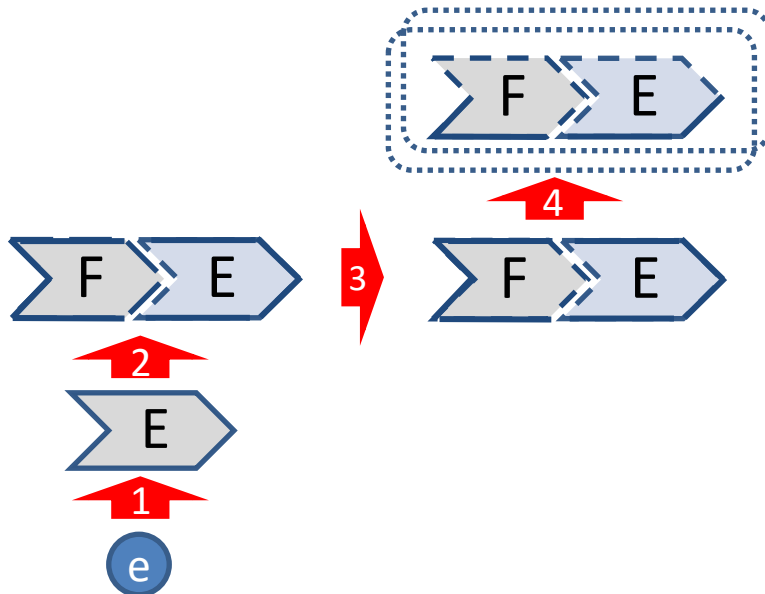
Acteurs



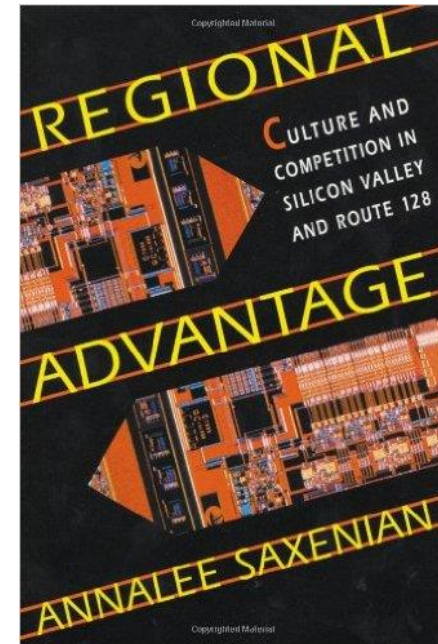
Lieux

# Phase 4 : Le développement des réseaux d'innovation

Acteurs



1990

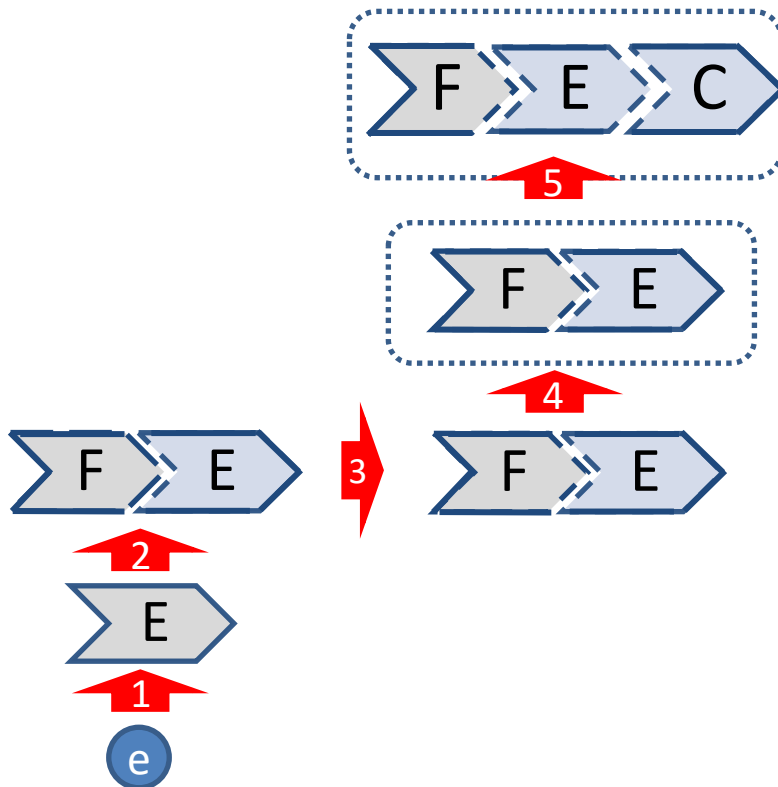


1996

Lieux

# Phase 5 : La co-création avec les clients

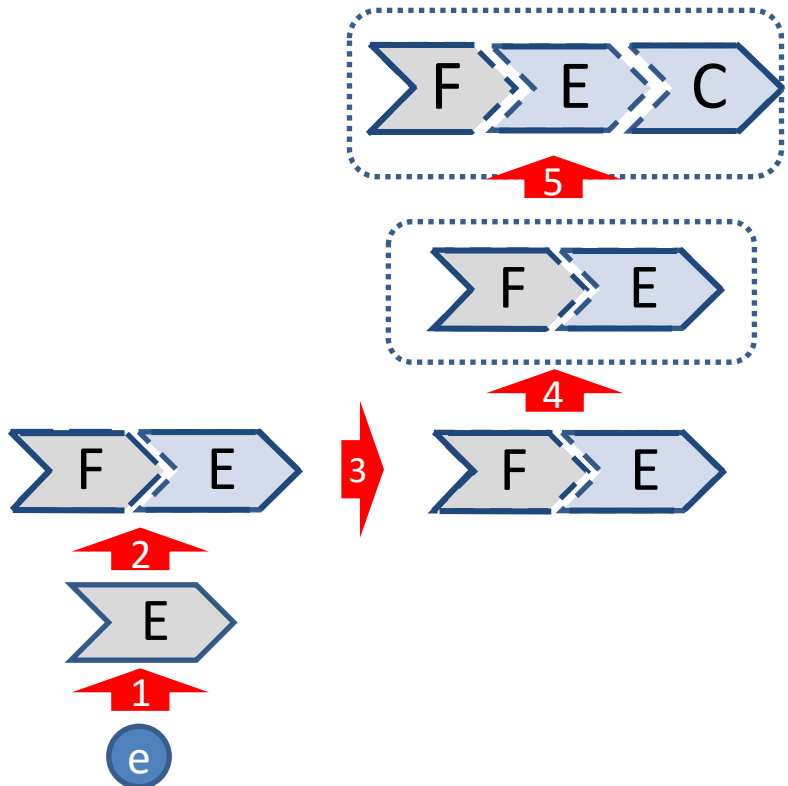
Acteurs



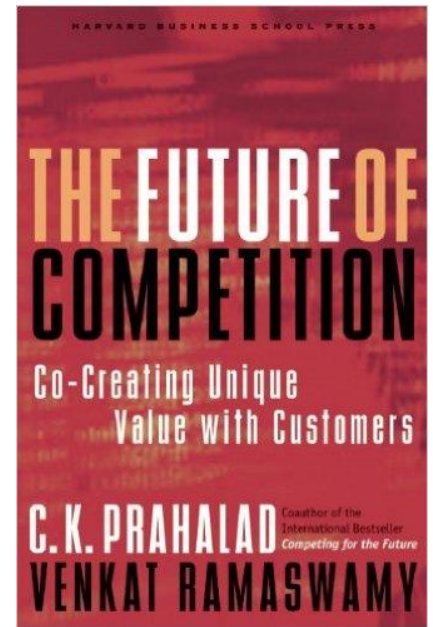
Lieux

# Phase 5 : La co-création avec les clients

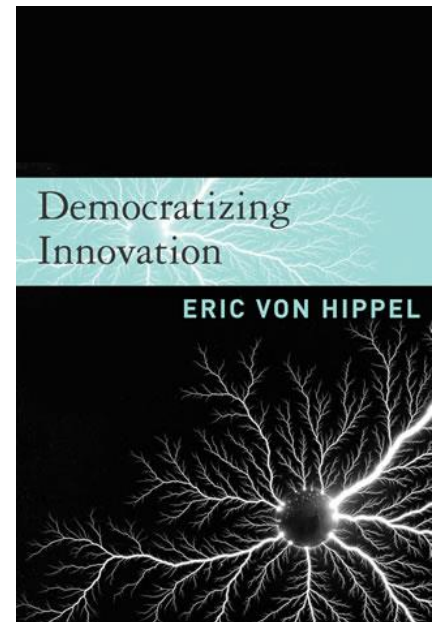
Acteurs



2004



2006

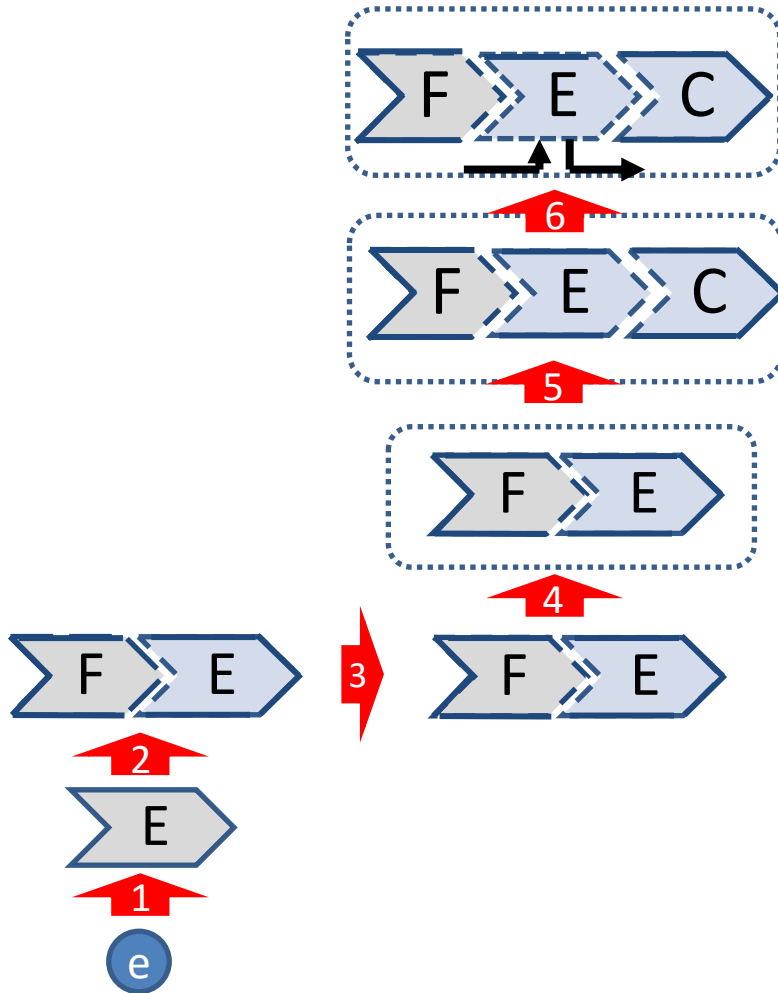


Lieux



# Phase 6 : L'innovation ouverte

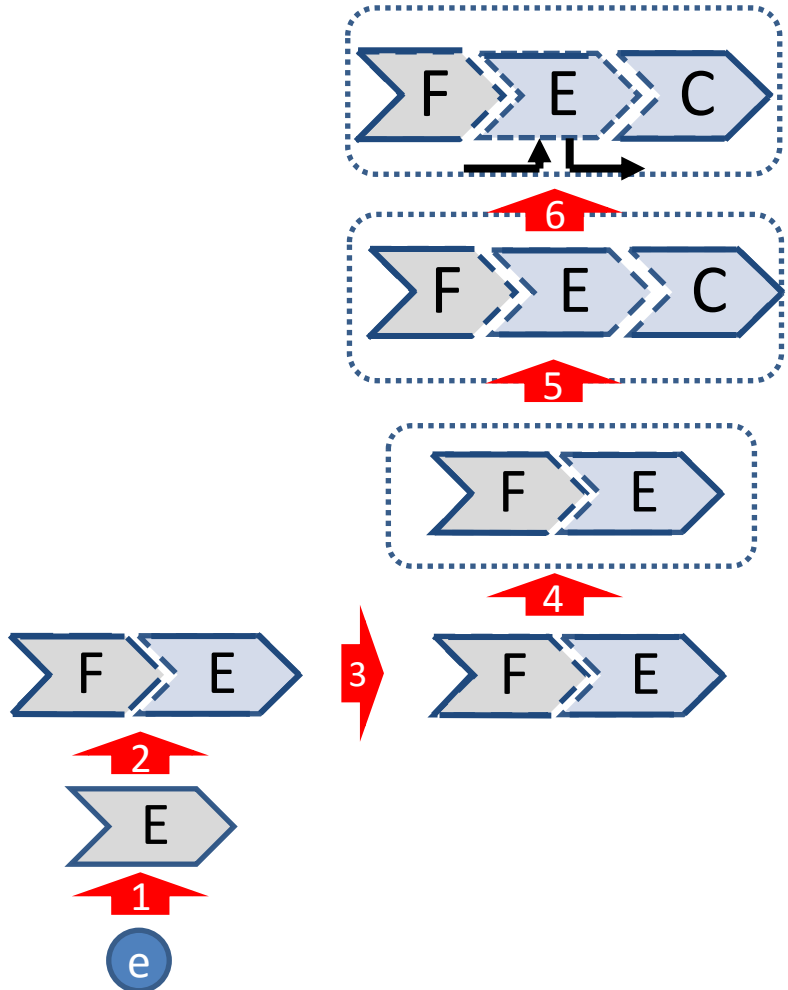
Acteurs



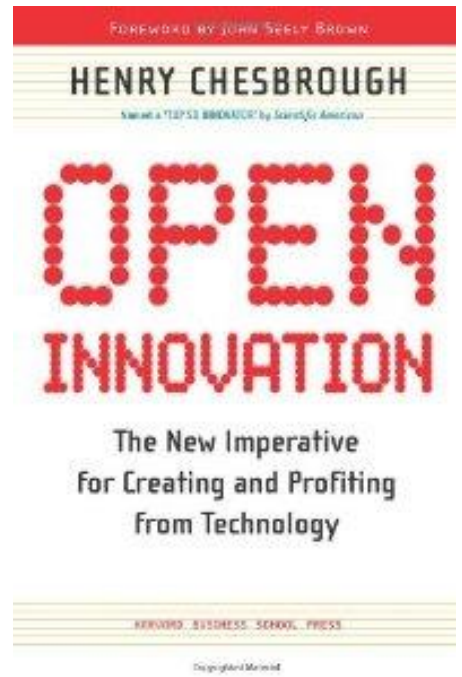
Lieux

# Phase 6 : L'innovation ouverte

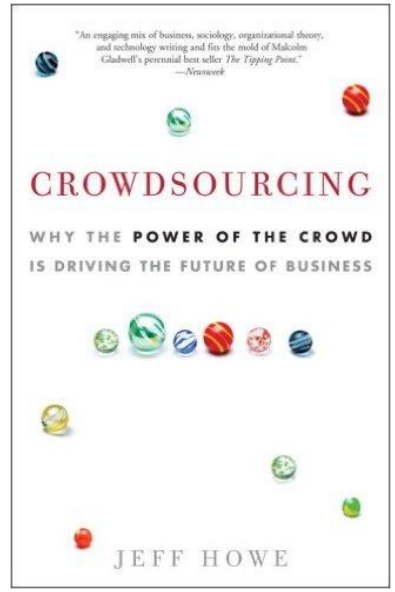
Acteurs



2006



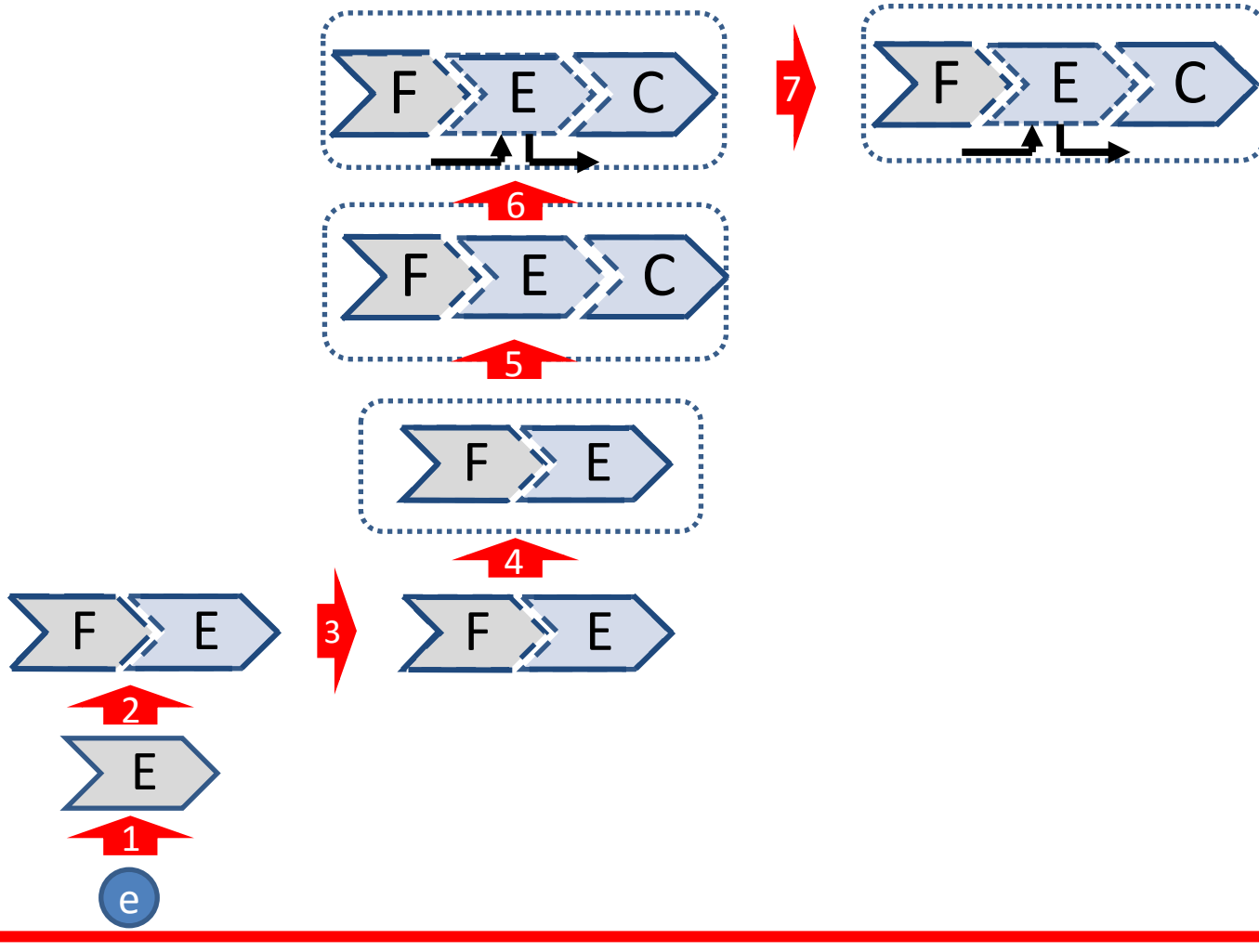
2009



Lieux

# Phase 7 : L'innovation inversée

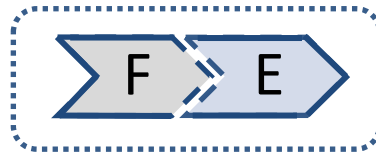
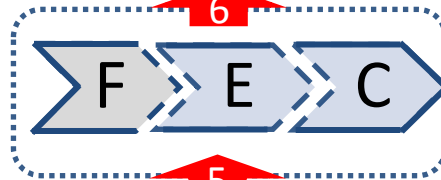
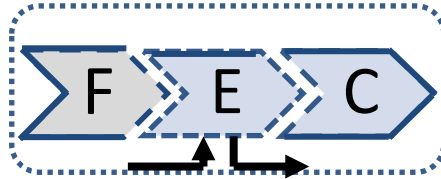
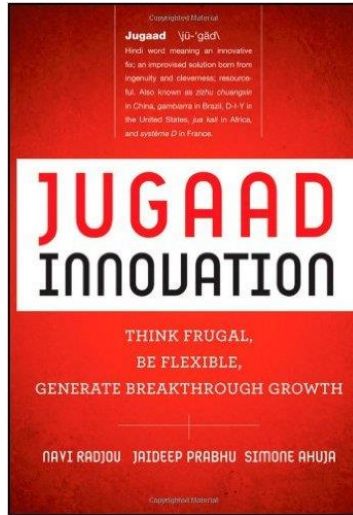
Acteurs



# Phase 7 : L'innovation inversée

Acteurs

2012



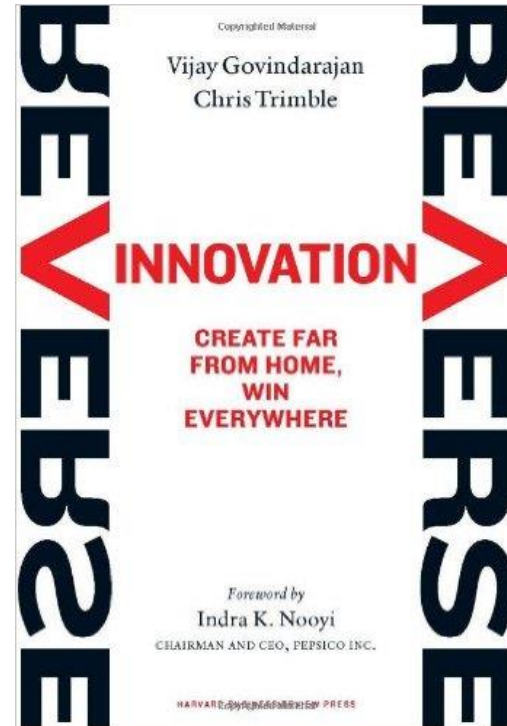
4



2



1

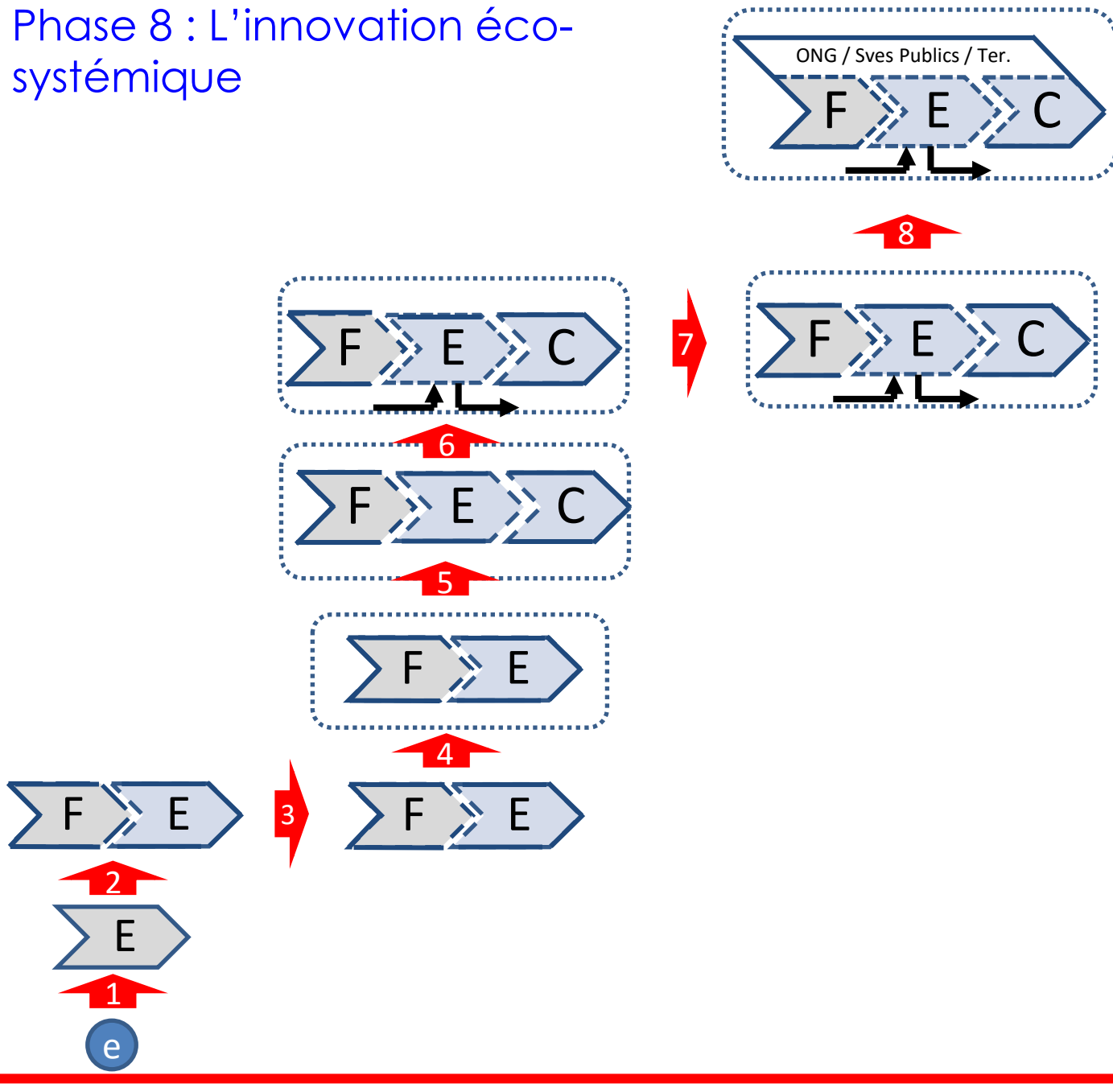


2012

Lieux

# Phase 8 : L'innovation éco-systémique

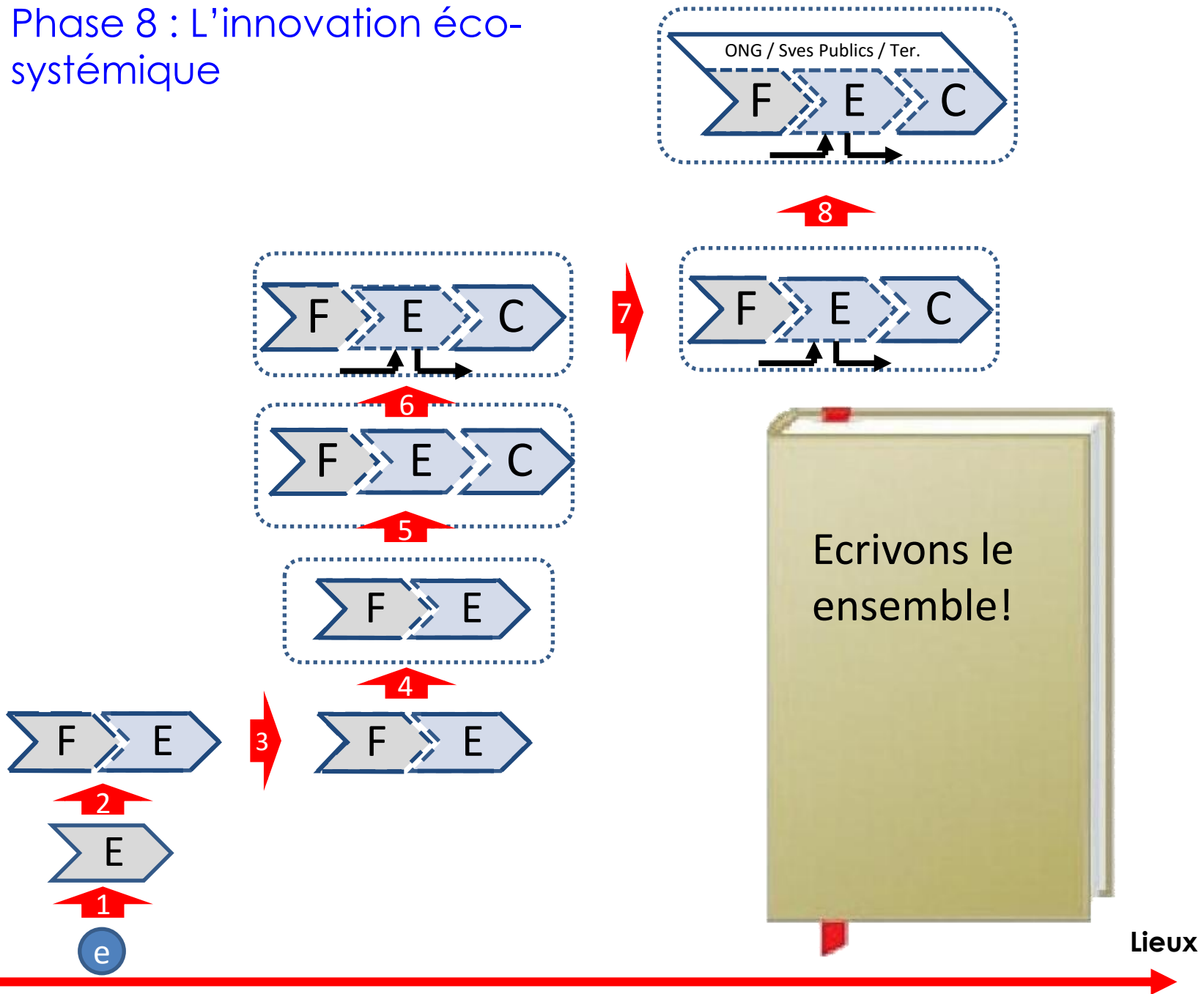
Acteurs



Lieux

# Phase 8 : L'innovation écosystémique

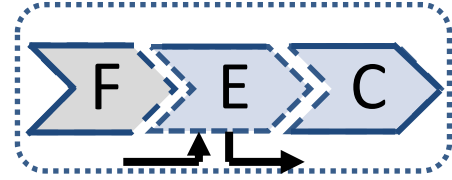
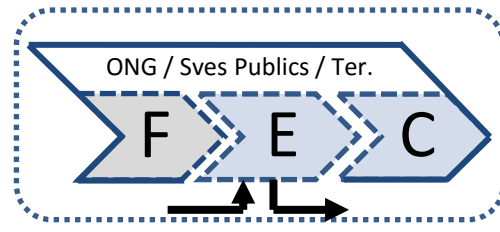
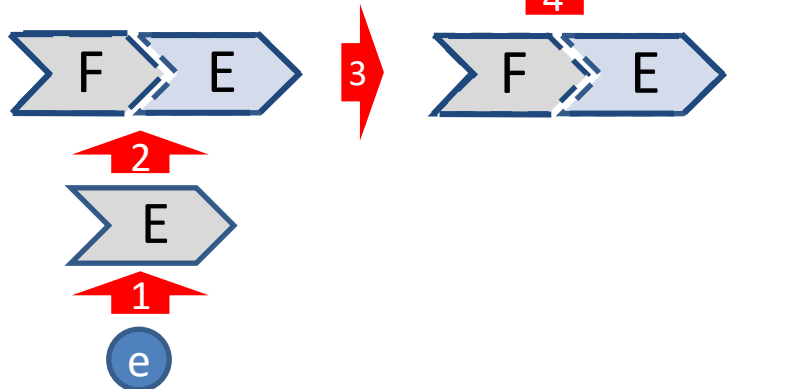
Acteurs



**MERCI!**

# Phase 9...

Acteurs



- Innovation personnalisée (internet of things, imprimantes 3D,...)
- Innovation altruiste (copyleft, nudge...)
- ...?

Lieux