

Communiqué de presse

Ashoka France lance le 1^{er} Concours IMPACT pour optimiser l'efficacité des organisations du secteur social

« *Parce que les bonnes idées méritent de réaliser leur plein potentiel !* »

Paris, 15/06/07 – Lancé par Ashoka le 15 juin, le Concours IMPACT a deux objectifs :
1- sélectionner et accompagner une vingtaine d'organisations à vocation sociale (françaises, belges, suisses) dans la structuration de leur plan de développement ;
2- identifier des bonnes pratiques, notamment en matière de modèles de développement et de stratégies de mobilisation de ressources, pour les diffuser dans l'ensemble du secteur. Concours original, les équipes sélectionnées vont bénéficier dans un premier temps d'une formation. 3 lauréats seront désignés fin janvier 2008.

Pourquoi le Concours IMPACT ?

En Europe, le secteur associatif connaît un développement important, avec la volonté croissante d'individus désireux de changer la société. Cependant, **maximiser l'impact social** d'une activité s'avère parfois compliqué et entraîne un certain nombre de questions :

- **Comment mesurer la valeur ajoutée sociale de l'organisation ?**
- **Quelle est la stratégie de développement adaptée pour renforcer l'impact social ?**
- **Comment mobiliser des ressources de manière pérenne ?**
- **Comment développer l'activité sans perdre la qualité des services rendus ni les valeurs de l'organisation ?**

Avec le concours IMPACT, Ashoka souhaite stimuler la créativité, aider la vingtaine d'équipes qui vont être sélectionnées à répondre à ces questions stratégiques en formalisant leur *Business Plan à vocation sociale*, et faire profiter l'ensemble du secteur des bonnes pratiques ainsi mises à jour.

Déroulement du Concours

Les inscriptions sont ouvertes du 15 juin au 1^{er} septembre 2007.

- **Les organisations seront sélectionnées sur 3 critères** : leur impact social, la faisabilité de leur stratégie de développement, leur créativité dans la mobilisation de ressources.
- **Début octobre** : annonce des équipes sélectionnées et début de leur formation pour leur permettre d'approfondir et de rédiger leur *Business Plan* avec l'appui de partenaires d'Ashoka tels que le cabinet de conseil McKinsey.
- **fin janvier** : annonce des 3 lauréats (prix de 15 000€ chacun, assorti de "chèques-conseil", bourse d'étude ...)

A propos d'Ashoka

Ashoka est une organisation internationale, dans plus de 60 pays, qui a pour objectif depuis 25 ans d'aider au développement et à la structuration du secteur de l'Entrepreneuriat Social. Ashoka France, lancée début 2006, est une association loi 1901 qui développe différents programmes dont :

- Le **Programme « Entrepreneurs Sociaux Innovants »** : il identifie, sélectionne et accompagne chaque année des Entrepreneurs Sociaux capables de mettre en place des changements sociaux à grande échelle.
En 2006, les 5 premiers français sélectionnés ont rejoint une communauté de près de 2000 Entrepreneurs Sociaux innovants dans le monde.

- Le **Concours IMPACT** : lancé pour la première fois en France en 2007, il a été créé en 1997, au Brésil, avec le soutien du cabinet de conseil McKinsey. Il a déjà concerné une dizaine de pays, dont l'Espagne.

Comment maximiser l'impact social d'une organisation ?

Deux exemples pour l'illustrer :

- **Identifier et optimiser la valeur ajoutée sociale**

En précisant ses « avantages concurrentiels », cette association a pu renforcer son modèle et donc maximiser son impact social.

CDI, association créée en 1995 par un entrepreneur social soutenu par Ashoka au Brésil, Rodrigo Baggio, a créé plus de **1000 écoles d'informatique et de citoyenneté pour les jeunes de quartiers défavorisés**, dans son pays et jusqu'au Japon. L'objectif: développer l'esprit critique et la capacité à entreprendre des jeunes en les amenant à réfléchir en groupe aux problèmes de leur quartier et à réaliser, en se servant des technologies informatiques, des projets pour les résoudre. Le programme est un succès et crée pour la première fois de vraies opportunités pour des jeunes, à 70% noirs, jusque là enfermés dans la pauvreté et victimes de discrimination raciale.

Mais en 2005, CDI rencontre des difficultés, d'autant que le gouvernement brésilien lance le **programme Telecentro** pour créer 1000 écoles d'informatiques dans les quartiers pauvres. Outre des questions d'organisation, l'existence même de l'association semble remise en cause : le modèle et la mission de CDI sont-ils toujours pertinents au regard du nouveau programme gouvernemental ? Comment mesurer l'efficacité et l'impact de CDI ? Comment estimer sa « différence » et sa nécessité pour les populations desservies ? Comment améliorer encore le modèle et l'impact social ?

En identifiant **ses avantages concurrentiels**, CDI a trouvé ses réponses. Si le faible coût du programme par rapport à Telecentro ne pouvait être considéré comme un avantage réel, car reflet du sous-investissement informatique dans les écoles et de l'insuffisance des salaires des éducateurs, en revanche **ses valeurs – autonomie et innovation**, notamment - et **ses réseaux locaux** lui permettaient d'avoir un **impact social considérable** et de **mobiliser des ressources et des appuis variés**. L'association lance alors un **plan de redéploiement** de ses activités. Ses objectifs : renforcer la qualité de son modèle, mesurer régulièrement sa performance et son impact et pérenniser sa stratégie de financement qui s'appuie sur son large réseau de partenaires.

Aujourd'hui, CDI continue son développement international (Amérique Latine, Afrique, Japon, etc.). Au Brésil, son programme reste dominant - nombre d'écoles et valeur reconnue - et s'ouvre à de nouveaux publics, prisonniers, handicapés ...

- **Construire une stratégie pérenne de mobilisation de ressources**

Construire une stratégie de mobilisation de ressources, c'est assurer durablement la réalisation de la mission sociale.

Si la Maison des Enfants du quartier défavorisé de Raval à Barcelone a gagné l'équivalent du concours IMPACT en Espagne, il y a 3 ans, c'est grâce à sa **stratégie efficace de partenariats avec des entreprises locales**.

Association luttant contre l'exclusion sociale des jeunes depuis 1983, c'est chaque année près de 2000 jeunes qui bénéficient de ses programmes éducatifs, activités extrascolaires et



ateliers d'insertion professionnelle. Et si elle a autant de succès, c'est qu'elle a su identifier et créer un réseau d'entreprises partenaires implantées localement et donc directement **concernées par les problèmes - délinquance, chômage, pauvreté - du quartier**. Le partenariat se traduit de la part des entreprises par une **contribution financière** à la Maison des enfants à hauteur de 0,7% de leur chiffre d'affaires mensuel, mais aussi par une **forte implication dans les campagnes d'information et de sensibilisation** sur la réalité sociale du quartier de Raval (affiches, expositions, sites web, conférences...) menées par l'association.

La pérennité de ce modèle est garantie par une relation gagnant-gagnant entre toutes les parties prenantes : l'association assure la mise en place et le développement de ses activités ; les jeunes du quartier sont mieux intégrés socialement et professionnellement - avec des bénéfices pour l'ensemble des habitants de Raval - ; les entreprises constatent l'impact de leur participation avec l'amélioration à la fois de leur environnement et de l'état d'esprit de leurs salariés.

Pour plus d'information :

Consultez le dossier de presse sur www.concours-impact.eu

> Documents proposés :

- Synthèse du concours IMPACT
- Etudes de cas sur des modèles de développement et des stratégies de mobilisation de ressources créatives
- Règlement du concours
- Dossier du participant
- Présentation d'Ashoka

Contacts presse:

Catherine Leroy-Jay Fredet

Ashoka
Tel: 01 40 76 71 37

Marie-Cécile Drécourt

Hill & Knowlton
Tel: 01 41 05 44 55

Ashoka - Concours IMPACT
19, rue François 1^{er} 75008 Paris – France
01 40 76 71 37
www.ashoka.fr
www.concours-impact.eu