

# Concept note de présentation du projet BIP POP et des Partenaires

A l'attention exclusive du LAB PERIURBAIN - CGET

Strictement confidentiel



Accueil

Inscription

Connexion

Démos

FAQ

Avec Bip Pop, la solidarité c'est top !

Solidaire Bip !  
J'ai besoin d'un service

Solidaire Pop !  
Je veux rendre service



CONCEPT NOTE

09/2016

Anne Guenand

## NOTE DE SYNTHÈSE

BIP POP est le fruit d'un double constat :

- en France, parmi les 6,5 millions de personnes de plus de 75 ans, 2 millions sont concernées par l'isolement. La mobilité des familles, la perte du respect des anciens, la perte des sens, notamment l'ouïe et la vue, étant les causes les plus marquantes; Les personnes en situation de handicap sont aussi concernées par l'isolement.
- en France, de façon très majoritaire les personnes souhaitent rester vivre le plus longtemps possible dans leur logement, au sein de leur cadre de vie habituel.

Le grand isolement, la perte des sens et de la mobilité entraînent une accélération de la perte de l'autonomie et du lien social et représentent un coût important pour la société et les collectivités.

Des solutions existent, bien que les dispositifs médico-sociaux répondent techniquement très bien aux besoins spécifiques des personnes âgées, ils peuvent parfois accentuer le **sentiment de dépendance de la personne** et contribuer à la baisse de sa motivation à se prendre en main plus longtemps.

Considérant la personne non pas comme « **objet** » d'un système, mais comme « **sujet** » capable d'agir dans la société, nous avons imaginé le programme BIP POP, **une application web et mobile visant à favoriser « le bouger moins» des personnes en perte d'autonomie et en situation de handicap tout en favorisant «l'agir autant»**. BIP POP relie en temps réel les personnes isolées à leurs commerces et à leurs voisins et leur permet de franchir le dernier kilomètre par mobilité inversée.

BIP POP est basé sur un principe de **conception universelle** : ce qui est indispensable à quelques uns - *les seniors et personnes à mobilité réduite* - est utile à beaucoup et sera utilisé par tous ! : *Les personnes sans voiture, les personnes alitées ou malades, ou les personnes qui n'ont tout simplement pas le temps.*

Après 2 ans de développement technique et sur le terrain avec un club de personnes âgées nous avons décidé de lancer une expérimentation à l'échelle du territoire au printemps 2016 afin de valider l'utilité et l'utilisabilité de la plateforme BIP POP et d'en mesurer l'impact social. Nous pensons contribuer à ralentir la perte d'autonomie de nos aînés et favoriser le maintien à domicile des plus fragiles en créant des liens intergénérationnels de proximité associant personnes et services, l'expérimentation permet de préciser les modalités de fonctionnement et les indicateurs de mesure.

Nous poursuivons notre objectif de rendre BIP POP autonome financièrement après 3 ans de fonctionnement. Pour cela, nous comptons déployer la plateforme sur le territoire de l'Oise dans un premier temps, dès l'hiver 2016-2017 sur le territoire des Hauts de France, puis courant 2018 sur le territoire national.

Cette note a pour objectif de présenter le projet BIP POP en cours d'expérimentation et son modèle économique.

# 1. CHARTE

## 1.1 VISION

Un maillage social de proximité intergénérationnel et solidaire.

## 1.2 MISSION

Lutter contre l'isolement des personnes âgées et des personnes en situation de handicap et les aider à vivre le plus longtemps à domicile en leur facilitant l'accès au « **dernier kilomètre** » qui les sépare de leur **réseau social immédiat et de leurs services de proximité par la mobilité inversée**.

## 1.3 OBJECTIFS

- Répondre au besoin de maintien à domicile des personnes « empêchées » - âge, problème de mobilité, problème de santé, etc
- Promouvoir l'innovation sociale et solidaire auprès de la société civile, des pouvoirs publics et des collectivités.
- Dynamiser le commerce de proximité, simplifier l'accès aux services marchands en réduisant la « fracture » numérique,
- Contribuer à réduire l'isolement des aînés par le lien social intergénérationnel de proximité, favoriser la solidarité,

## 1.4 PRINCIPES D'ACTION & VALEURS

- Etre au plus près des personnes âgées isolées et des personnes en situation de handicap sur le terrain afin d'entendre leurs besoins,
- Répondre à leur besoin d'autonomie,
- Renforcer leur sécurité,
- Développer des réseaux de proximité par zones d'habitations, accompagner les personnes âgées et fragiles dans l'appropriation du dispositif BIP POP,
- S'adapter à la diversité des territoires : urbains et ruraux,
- Maîtriser nos coûts et garder notre autonomie, par un modèle économique mixte,
- Poursuivre la collaboration avec les clubs de personnes âgées, les cyber bases, les associations de bénévoles, les Entités Locales, Collectivités,
- Être capable de **mesurer l'impact social** : mettre en place des indicateurs de mesure (vitalité et satisfaction des utilisateurs, croissance du nombre de personnes restant à domicile sur un territoire défini, etc).

## 2. ANALYSE D'OPPORTUNITE

### CONSTAT

- 15% de la population a plus de 75 ans
- 1 personne âgée sur 4 se sent seule
- 44% des plus de 75 ans déclarent une gêne pour se déplacer,
- Le maintien à domicile est une volonté forte de ces personnes,

### BESOIN SOCIETAL

- **8 millions d'aidants en France**, en moyenne à 226 km de leur aidé, difficulté à accompagner un proche en situation de fragilité
- Difficulté des associations à trouver des bénévoles même si de plus en plus d'associations de solidarité et 1 français sur 4 bénévole (tous domaines confondus)
- Volonté des jeunes de trouver des nouvelles formes d'engagements « à la carte »
- Enjeu du vieillissement et coût de sa prise en charge
- Diminution des subventions et volonté d'optimiser l'attribution des subventions
- Mise en place du dispositif MONALISA et volonté de mailler le territoire

### PUBLIC CIBLE

- 2 millions de personnes âgées en France, 4 millions de personnes en situation de handicap, 45 millions vivent seuls à domicile en Europe, et 60% utilisent Internet chaque jour. Le marché adressable est de 27 millions de personnes en Europe, ce nombre étant en régulière augmentation.
- 8 millions d'aidants en France,
- Plusieurs centaines d'Entités locales, CSR, CCAS, plusieurs milliers d'associations,

### POSITIONNEMENT FREEMIUM: 2 TYPES DE SERVICES

#### Pour les personnes empêchées et les personnes souhaitant aider :

- Plateforme solidaire, intergénérationnelle et **gratuite** de mise en relation et de services de proximité entre personnes (**Service GRATUIT**),
- Plateforme solidaire de mise en relation pour le portage des petites courses du quotidien en lien avec les commerces (**Rétribution symbolique du porteur**),

#### Pour les Collectivités :

- Plateforme d'optimisation du maillage des bénévoles sur le territoire (**Service PREMIUM**).

### RESULTATS ATTENDUS

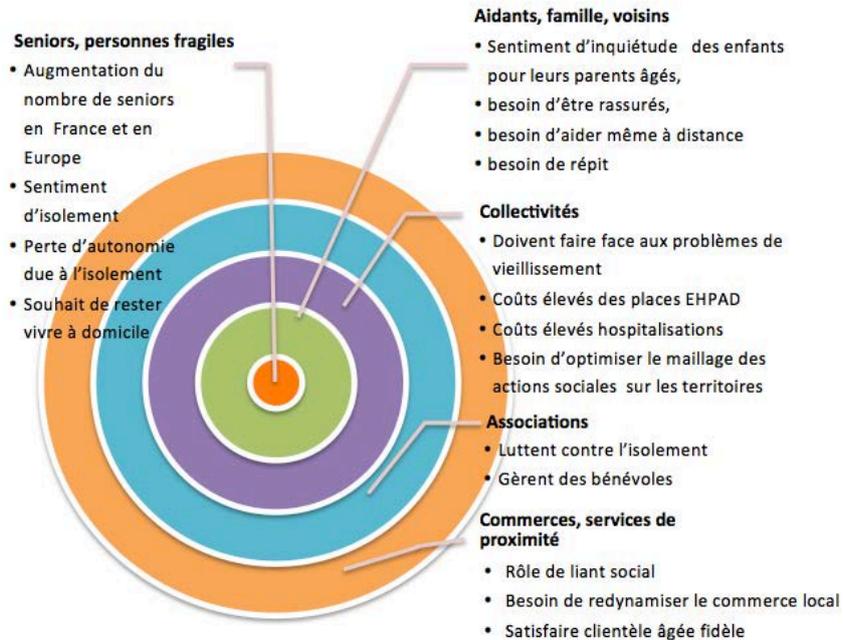
- Renforcement des liens de solidarité et de proximité en milieu rural et urbain,
- Renforcement des liens des personnes avec leurs proches,
- Réduction de l'isolement des personnes âgées et en situation de handicap
- Augmentation du nombre de bénévoles dans la lutte contre l'isolement.

Dans le cadre du développement de Bip Pop, une expérimentation a été menée au printemps 2016 au sein de l'Agglomération de la Région de Compiègne et du village de Verberie, afin de valider l'opportunité

sociale du projet et d'ajuster l'offre Bip Pop afin qu'elle réponde au mieux aux besoins identifiés.<sup>1</sup> La méthodologie adoptée repose sur des entretiens d'usage et l'exploitation des données d'usage des premières personnes inscrites.

## 2.1 PUBLICS CIBLES DE BIP POP

BIP POP construit une relation directe entre les seniors, les aidants familiaux, les voisins, les associations de bénévoles, les commerces de proximité et les collectivités.



## EXEMPLE DE PARCOURS UTILISATEUR



Jeanne D. clique sur l'icône de l'association de son quartier, et saisit sa demande de service « *j'aurais besoin de quelqu'un pour m'aider à arroser mes fleurs* »

Sa demande est automatiquement transférée à tous les bénévoles de l'association qui reçoivent une notification sur leur smartphone + email.

La première personne qui accepte le service s'engage à le réaliser.

<sup>1</sup> Cette étude a été menée par Merryll Parisse, experte ESS, engagée spécialement pour la mesure d'impact social et les stratégies d'entreprises sociales avec l'appui de 10 étudiants de l'UTC.

## RETOURS D'EXPERIENCE DES PREMIERS UTILISATEURS DE BIP POP

Au cours de l'expérimentation, 10 personnes ont été accompagnées pour des entretiens approfondis. Les premiers utilisateurs ont exprimé des besoins ponctuels, les 'petits plus' du quotidien auxquels Bip Pop répond : *Faire les courses, acheter le pain, ramener des courses trop lourdes, récupérer les médicaments, petits travaux de bricolage et ménagers, cours d'informatique, Se faire conduire pour aller à des rendez vous (chez le médecin, pour faire les courses, spectacle), Rencontrer ses voisins, sortir le chien...*

**Un des problèmes principaux des commerçants de proximité** est qu'ils réalisent leur **chiffre d'affaires en majorité à partir de paniers moyens de faible montant**, avec pour conséquence de ne pas être en capacité d'effectuer des livraisons sans surcoût important. En conséquence, les petits commerces de proximité n'effectuent pas ce service, pourtant attendu par un nombre croissant de clients, notamment les clients âgés ou en situation d'isolement.

Les commerces de proximité, toutes denrées confondues (alimentaires et non alimentaires), pourront bénéficier de la dynamique de la communauté BIP POP en rendant possible la livraison des petites courses du quotidien par des personnes « intermédiaires » qui à la fois fréquentent les commerces de proximité et habitent à proximité des lieux des bénéficiaires.

**Au cours de l'expérimentation**, une vingtaine de commerces de proximité se sont inscrits sur la plateforme, voyant en Bip Pop une opportunité d'offrir un service complémentaire à leurs clients.

## 3. MODELE ECONOMIQUE

### 3.1. BUSINESS MODELE CANVAS

**BIP POP propose deux types de services :**

1. Un service gratuit d'entraide pour les particuliers et les commerces,
2. Un service payant pour les entités locales (conseils départementaux, collectivités, ...) et pour le portage collaboratif.

Les collectivités subventionnent des associations de bénévoles et des centres sociaux ruraux, pour la plupart sans moyen de mesurer l'impact de leur soutien sur la vie des seniors et leur maintien à domicile.

BIP POP permet aux associations et centres sociaux ainsi qu'à leurs membres de s'inscrire de sorte à sécuriser les relations avec les seniors et encourager le déploiement des bénévoles sur l'ensemble du Territoire. BIP POP devient ainsi l'outil d'optimisation du maillage des associations de bénévoles à destination du maintien de la vie à domicile sur les territoires.

## Business Model B-POP

Designed for: SENSOVERY PROJET BIP POP

Designed by: Anne Guenand

Date: 26 avril 2016

Version: V2

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| <p><b>PARTENAIRES CLEFS</b> </p> <p>Région Hauts de France</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Conseil Départemental de l'Oise : Pourrait intégrer la plateforme Bip Pop pour optimiser le maillage des bénévoles sur le territoire</li> <li>Clubs de Seniors : formation par les pairs, les seniors au service des seniors;</li> <li>Intermarché DRIVE: partenariat en cours,</li> </ul> <p>NOS FOURNISSEURS</p> <p>Technique<br/>Ovh - Serveur<br/>Ovh - Hébergement Bdd</p> <p>MOTIVATIONS POUR 1 PARTENARIAT</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soutien financier</li> <li>Constitution d'un réseau d'acteurs</li> </ul> | <p><b>ACTIVITES CLEFS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Développement web et mobile du Service Bip Pop</li> <li>Maintenance du Service</li> <li>Animation de la communauté</li> <li>Ressencement des seniors, commerces, services</li> <li>Prestation conseil en conception universelle, accessibilité et mesure d'impact</li> </ul> <p><b>RESSOURCES CLEFS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Technique</li> <li>Marketing (stratégie développement)</li> <li>Commercial (stratégie déploiement)</li> <li>Financier</li> <li>R.H. : 1 informaticien, 1 social business developer, 1 designer</li> <li>PI : Copyrights, INPI, APP, Agence De Protection Des</li> </ul> | <p><b>PROPOSITION DE VALEURS</b> </p> <p>PROBLEMES DES SENIORS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Besoin de rompre isolement</li> <li>Besoin de sécurité</li> <li>Besoin d'agir malgré l'isolement,</li> <li>besoin de consommer à proximité</li> </ul> <p>SENIORS : Plateforme de mise en relation sociale et solidaire de proximité,</p> <p>AIDANTS : Aide au répit, information éco-système de l'aidé,</p> <p>COIMMERCE : Plateforme d'aide à la prise de commande de leurs clients âgés et identification des livreurs bénévoles.</p> <p>Entités locales: optimisation du maillage des bénévoles sur le territoire.</p> | <p><b>RELATIONS CLIENTS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Animation communauté</li> <li>Relations contractuelles avec les entités locales</li> <li>Service Freemium:             <ul style="list-style-type: none"> <li>accès gratuit aux fonctions élémentaires pour les aidés et aidants,</li> <li>participation financière pour le portage des courses</li> <li>fonctions payantes pour les entités locales.</li> </ul> </li> </ul>  | <p><b>SEGMENTS CLIENTS</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Seniors en perte d'autonomie, personnes fragiles, PMR,</li> <li>Aidants, familles</li> <li>Société civile</li> <li>Commerces de proximité,</li> <li>Entités locales</li> </ul> |
| <p><b>COÛTS LES PLUS IMPORTANTS DANS LE MODELE ECONOMIQUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>ANNEE 1: 135 k€</b></li> <li>RH : informatique, social business developer, commercial 105k€/an</li> <li>communication : 10 k€/an</li> <li>Autres prestataires juridiques, hotline + coûts fixe : 20 k€/an</li> <li><b>ANNEE 2 et + : 255 k€/an</b></li> </ul> <p>STRATEGIE D'AUGMENTATION DE VALEUR :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nouvelles fonctionnalités Freemium répondant aux besoins spécifiques des entités locales</li> <li>Contrats avec d'autres groupes : Simply/Auchan?</li> </ul>                   | <p><b>SOURCES DE REVENUS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Soutiens publics lors de l'amorçage (200k€)</li> <li>Investisseurs (60 à 100k€)</li> <li>Abonnement des CD (50k€/an)</li> <li>Prélèvement sur les courses effectuées: 10%*</li> <li>Prestations/conseil en Accessibilité et Mesure d'impact.</li> <li>Abonnement des aidants (à préciser)</li> </ul>  | <p><b>CANAUX</b></p> <p>LES CANAUX PAR LESQUELS LES BENEFICIAIRES ET LEURS FAMILLES SOUHAITENT ETRE JOINTS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Portail des entités locales: CCAS, Centres Sociaux Ruraux, Conseils départementaux, Associations de bénévoles, clubs de personnes âgées, Mutuelles</li> </ul> <p>INTEGRATION DE CES CANAUX DANS LA ROUTINE DES BENEFICIAIRES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Intégration de canaux déjà en place: les clubs de personnes âgées, les communautés, les listes de clients des commerçants.</li> </ul>  | <p><b>AMELIORER LA CONNAISSANCE QUE LES CLIENTS ONT DE Bip Pop</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Participation salons : <a href="http://www.URBaccess.com">http://www.URBaccess.com</a> <a href="http://www.salondesseniors.com">http://www.salondesseniors.com</a></li> <li>Réseaux sociaux, clubs des aînés</li> <li>Communication auprès des réseaux d'aidants («Compagnie des Aidants»)</li> <li>Permanences Bip Pop dans les cyber-bases</li> <li>Conférences sur l'accessibilité et la mesure d'impact social.</li> </ul> |   |
|   |   | <p><b>MESURE DE L'IMPACT SOCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Enquêtes d'usage et de satisfaction, système de notation,</li> <li>Mesure du nombre d'utilisateurs, de la fréquence d'usage et des motifs d'usage,</li> <li>Mesure de l'activité économique.</li> </ul>  |   |   |

➔ **Le modèle économique de BIP POP ne repose pas à 100% sur des financements publics, BIP POP prévoit un financement en deux temps :**

- Années 1 et 2 : Soutiens publics et privés, réduction progressive de la dépendance aux soutiens en 3 ans.
- Dès année 3 : Seuil de rentabilité atteint : le modèle économique de BIP POP permet l'autofinancement.

### 3.2 FONCTIONNEMENT ACTUEL DE BIP POP

**PARTENAIRES ACTUELS :** Le développement de BIP POP est assuré par la **Jeune Entreprise Innovante Sensovery** depuis 2014 qui assure une activité de prestation et de conseil permettant de financer le salaire de l'informaticien dédié au projet BIP POP, Redouan Tayaa. L'intervention de Merryl Parisse, Social Business developer, a été possible grâce au soutien de la **Fondation MACIF** et du **Conseil régional des Hauts de France**.

BIP POP vient de gagner le Prix **Impact Nord ASHOKA<sup>2</sup>** et bénéficie d'un accompagnement dans la mesure d'impact social et le changement d'échelle.

Dès l'automne 2016 BIP POP volera de ses propres ailes en tant que SCIC.

#### POINTS IMPORTANTS :

- EXPERIMENTATION AGGLOMERATION DE COMPIEGNE ET VILLAGE DE VERBERIE DEPUIS AVRIL 2016 ;
- EXPERIMENTATION MENEES AVEC INTERMARCHÉ<sup>3</sup> DEPUIS JUIN 2016

<sup>2</sup> La Voix du Nord Eco – n°33 – Jeudi 23 juin 2016

<sup>3</sup> Intermarché Margny et Intermarché Compiègne, service Intermarché Drive

## 4 MESURE D'IMPACT ET EVALUATION

En tant que projet d'innovation sociale et solidaire, Bip Pop souhaite se doter d'outils permettant de piloter son utilité sociale. Une méthode et des outils sont donc mis en place basée sur les hypothèses de départ (voir la charte, chapitre 1)

### 4.1 TABLEAU DES IMPACTS SOCIAUX DE BIP POP

| Parties prenantes   | Situation de référence  | Que pensons nous changer pour elles? (= mission)  | Quel service proposons nous?  | Quel est le résultat direct?  | Que se passe t-il sans Bip Pop?   | Indicateur de résultat pertinent   | Éléments d'impact à mesurer périodiquement   |
|---|---|---|---|---|---|--|--|
| Séniors , personnes fragiles ou empêchées (âge, problème de mobilité, problème de santé, etc) | 15% de la population a plus de 75 ans   | Contribuer à réduire l'isolement des aînés par le lien social intergénérationnel de proximité, favoriser la solidarité                                | Solliciter son entourage pour des petits services   | La personne empêchée trouve une personne pour lui rendre son service et bénéficie d'un temps de convivialité  | La personne peut solliciter ses proches mais elle n'ose pas toujours demander et est tributaire de leurs contraintes le service est rendu mais pas instantanément / coût élevé (prestation aide à domicile) | Délais moyen de réponse aux services   | Nb de personnes interrogées déclarant avoir rencontré de nouvelles personnes grâce à Bip Pop   |
|   | 1 personne âgée sur 4 se sent seule   |   | Repérer et contacter les associations de bénévoles  |   |   | Nb de services rendus à des personnes de plus de 75 ans  | Part de personnes déclarant se sentir moins isolées  |
|   | 44% des plus de 75 ans déclarent une gêne pour se déplacer  | Répondre au besoin de maintien à domicile des personnes âgées et empêchées ,  | Se faire livrer ses courses   |   |   | Fréquence des sollicitations   | Taux de satisfaction par rapport au service Bip Pop  |
|   | Le maintien à domicile est une volonté forte de ces personnes et un enjeu sociétal  |   |   |   |   | Nb de solutions de maintien à domicile visibles sur Bip Pop (partenariats organismes spécialisés)  | Taux de personnes déclarant avoir renforcé leurs liens avec leurs proches  |
| Aidants, famille, voisins   | 8 millions d'aidants en France, en moyenne à 226 km de leur aidé, difficulté à accompagner un proche en situation de fragilité  | Proposer des solutions de répit<br>Pouvoir coordonner / se répartir<br>l'accompagnement d'une personne aidée<br>Accompagner un proche même à distance | Recevoir instantanément les demandes de services de ses proches<br>Solliciter des services pour son "aidé"<br>Pouvoir alerter en cas de problème constaté?  | L'aidant sollicite des services pour l'aidé et lui permet ainsi de s'assurer de son bien être   | Coût élevé des prestations à domicile, réduites à l'essentiel<br>Forte sollicitation de la personne la plus proche de la personne aidée   |  | Nb de personnes déclarant avoir plus de répit grâce à Bip Pop  |
| Associations de bénévoles   | associations de solidarité 1 français sur 4 est bénévole<br>Difficulté des associations à trouver des bénévoles<br>Volonté des jeunes de trouver des nouvelles formes d'engagements "à la carte". | Promouvoir l'innovation sociale et solidaire auprès de la société civile, des pouvoirs publics et des collectivités.                                  | Outil de sollicitation spontanée et instantanée de ses membres  | Les associations répondent plus rapidement et plus facilement aux demandes de leurs membres<br>Les bénévoles ont la possibilité de choisir leurs missions | Ce sont toujours les mêmes personnes qui sont sollicitées   | Nb d'association et de bénévoles inscrits<br>Nb de services rendus par des bénévoles<br>Type de services demandés<br>Délai de réponse aux services               | Nb de nouveaux bénévoles recrutés grâce à Bip Pop  |
| Collectivités et entités locales  | coût de sa prise en charge<br>Diminution des subventions et volonté d'optimiser l'attribution des subventions<br>Mise en place du dispositif Mona Lisa et volonté de mailler le territoire        |   | Visualiser les associations et les bénévoles d'un territoire<br>Recevoir des statistiques sur le dynamisme de ces associations<br>Proposer un service répondant aux besoins des personnes les plus fragiles | Les collectivités transmettent directement les demandes aux bénévoles   | Difficile de visualiser le maillage du territoire, difficile de joindre les bénévoles et associations en même temps, retard, délais   | Nb de collectivités partenaires, Nb de bénévoles, Nb de services rendus  | Nb de nouveaux bénévoles recrutés grâce à Bip Pop  |
| Commerces   | Commerce de proximité en perte de vitesse face à la concurrence, importance de la fidélisation, coût élevé de la livraison  | Dynamiser l'activité des centre ville et villages   | Etre visible sur Bip Pop<br>Pouvoir trouver des porteurs et proposer un service de livraison à ses clients<br>Pouvoir accéder à un service de paiement en ligne   | Augmentation des ventes<br>Maintien de la relation avec sa clientèle empêchée   | Les commerces de proximité ne peuvent qu'assurer un service de livraison à la marge ou à un prix élevé.<br>Peu de commerces sont visibles sur internet  | Nb de commerces inscrits<br>Nb de livraisons effectuées<br>Montant total des transactions Bip Pop ou part des transactions Bip Pop dans le CA de chaque commerce | Satisfaction par rapport au service Bip Pop<br>Image sociale et solidaire<br>Effets indirects de Bip Pop:<br>Publicité grâce à la présence sur la carte, nouveaux clients gagnés grâce au portage<br>Apparition d'une dynamique entre commerçants inscrits |

Tableau des parties prenantes de BIP POP et chaîne des changements mesurables

### 4.2 METHODOLOGIE

La méthodologie de suivi et pilotage de l'impact de Bip Pop sur ses parties prenantes (voir schéma p 6) est inspirée de la méthode du **Social Return On Investment (SROI)** et consiste à observer pour chaque partie prenante la chaîne des changements induits par l'activité de Bip Pop. Pour chaque acteur et notamment la cible principale des personnes empêchées elle permet d'analyser :

- La situation de référence
- Les impacts attendus qui correspondent peu ou prou à la mission sociale de Bip Pop

- Les services proposés par Bip Pop pour y répondre
- Les résultats directs obtenus ainsi que les indicateurs permettant de suivre la performance sociale
- Les changements durables (=impacts) obtenus. Ces changements pourront être mesurés périodiquement à des moments stratégiques par une personne extérieure avec une approche principalement qualitative basée sur des entretiens auprès des parties prenantes

## 5. PARTENARIATS

### 5.1 L'ENJEU DU TIPPING POINT GRACE AU RESEAU DE PARTENAIRES

Afin d'assurer la pérennité de BIP POP et atteindre le basculement sociologique attendu en 2019, nous déployons aujourd'hui nos meilleurs efforts pour construire un réseau solide de partenaires, tant institutionnels que privés de dimension nationale. L'objectif étant de bénéficier d'un impact social indirect suffisamment grand pour que l'impact social de BIP POP soit irréversible et indépendant de notre activité.

Nous avons comme objectif de jouer un rôle dans la définition de la loi **d'Adaptation de la Société au Vieillessement** en proposant une méthode et un outil d'accompagnement des équipes citoyennes du dispositif MONALISA. Le 26 mai 2016, nous avons transmis les informations générales et l'argumentaire BIP POP au CNSA<sup>4</sup>.

### 5.2 LA CONSTRUCTION DU RESEAU DE PARTENAIRES

**Le Conseil départemental de l'Oise** : Un partenariat avec le Conseil départemental se construit. [cf Annexes : courrier d'Edouard COURTIAL, Président du CD60]. Le service BIP POP rend un service d'optimisation du maillage des associations sur le territoire.

**L'Agglomération de la Région de Compiègne (ARC)** : soutien Bip Pop : « Médaille de l'ARC », 2016

**La Mairie de Compiègne et CCAS** : Le CCAS, partenaire de Bip Pop depuis le printemps 2016.

**Le Groupe ITM – Intermarché – Le DRIVE** : convention de partenariat est signée en juin 2016.

Le groupe ITM Intermarché

**leDRIVE Inter** **marché**

- 1803 magasins en France, implantés fortement au sein des villes et en campagne.
- 2 magasins choisis pour l'expérimentation BIP POP : Compiègne et Margny les Compiègne, respectivement 15 000 et 7000 passages en caisse /semaine, 9000 et 7000 cartes de fidélité.

→ **BIP POP s'allie au DRIVE d'Intermarché COMPIEGNE/MARGNY pour le portage des petites courses du quotidien** aux personnes empêchées. Rétribution de 3€ par le demandeur au porteur, via les cartes de fidélité (débit >crédit). **Article virtuel Bip Pop sur <https://drive.intermarche.com/>** → **Drive de Compiègne**

**Les Cyber-bases de Compiègne et associations** : partenaire

**L'université de Technologie de Compiègne (UTC)** : étudiants bénévoles

**Le Groupe La Poste** : partenariat en cours.

<sup>4</sup> Caisse Nationale de Solidarité pour l'Autonomie

# ANNEXE 1: LETTRE DE SOUTIEN CD60



LE PRÉSIDENT

**SENSOVERY**  
Madame Anne GUENAND,  
Parc des rives de l'Oise  
60201 COMPIEGNE cedex

Beauvais, le 03/06/2016

Madame,

Une expérimentation Bip-Pop avec votre plate-forme d'aide à la lutte contre l'isolement des personnes âgées, mettant en relation le sénior avec son proche environnement, est actuellement menée sur le Centre social rural de Chaumont en Vexin. A l'issue de l'expérimentation, et si les résultats sont concluants, nous souhaiterions à titre gratuit, étendre l'usage de ce dispositif sur l'ensemble du département en lien avec l'ensemble de nos Centres Sociaux Ruraux qui auront en charge le développement de MONALISA.

Cette plate forme pourra être alors l'outil permettant de recueillir et de transférer les demandes émises par les personnes âgées aux bénévoles en lien avec les centres sociaux ruraux et permettra à ces derniers de mesurer l'évolution du maillage social de leur territoire.

Veuillez agréer, Madame, l'expression de ma considération distinguée.

**Edouard COURTIAL**  
Ancien Ministre  
Député de l'Oise  
Président du conseil départemental

# ANNEXE 2: SOUTIEN SOUS-PREFECTURE DE COMPIEGNE



SOUS-PREFECTURE DE COMPIEGNE (OISE)

Le sous-préfet

Compiègne, le 19 juillet 2016

La sécurité est certainement une composante essentielle de la cohésion sociale. Ce qui vaut pour les territoires urbains, à la forte densité de population, vaut également dans les zones plus rurales, où le moindre fait atteignant à la propriété privée (cambriolage, vol de voiture) ou publique (dégradation du mobilier urbain par exemple) sera perçu comme une atteinte d'autant plus intolérable à la sécurité que les administrés concernés pourront ressentir l'impression que la mobilisation des forces de l'ordre est proportionnelle au nombre des habitants.

Dans ces conditions, permettre aux forces de l'ordre de multiplier leur présence par un maillage territorial enrichi de personnes volontaires compte tenu de leurs mandats (les élus locaux), de leurs fonctions (policiers municipaux, gardes champêtres, agents de l'O.N.F, etc) ou de simples citoyens adhérant au dispositif "voisins vigilants" constitue un facteur puissant de détection des incivilités quotidiennes ou des actes de délinquance.

Mais la capacité de Bip Pop à retracer en temps réel sur un écran dédié les déplacements des participants au dispositif et à préciser leur localisation donnera également aux forces de l'ordre la possibilité d'adapter leur couverture territoriale en continu.

Au total, Bip Pop sera pour la gendarmerie et la police nationales le moyen de mieux assurer leurs missions et pour tous les autres participants le sentiment de participer à un fonction éminemment citoyenne.

Ghyslain Chatel

21, rue Eugène Jacquet BP 70049 - 60321 COMPIEGNE cedex  
Tél. : 03.44.06.12.60 - Télécopie : 03.44.40.09.15  
Courriel : sp-compiegne@oise.gouv.fr

# ANNEXE 3: SOUTIEN CCAS DE COMPIEGNE

## VILLE DE COMPIÈGNE



DIVISION DES AFFAIRES  
GÉNÉRALES, SCOLAIRES  
ET SOCIALES

Place de l'Hôtel de Ville  
60200 COMPIÈGNE

Compiègne, le : lundi 11 Juillet 2016

*Madame Anne GUENAND*  
*Sensovery*  
*Parc Technologiques des Rives de l'Oise*  
*C.S. 50149*  
*60201 COMPIÈGNE*

*Centre Communal d'Action Sociale*

*Affaire suivie par : D. CARON*

*N/Réf. : DC/NB*

*Jan*

*Chère*

Madame,

Depuis plus d'un an, le CCAS de Compiègne est un partenaire privilégié dans le développement de l'application BIP POP que vous avez créée au sein de l'UTC et en partenariat avec Sensovery.

D'ailleurs, cette coopération avec les services sociaux municipaux et en particulier le Pôle Personnes Âgées du C.C.A.S. s'est concrétisée lors de la semaine bleue départementale en 2015. Pour preuve, le Conseil Départemental a récompensé ce travail multi partenarial entre le Club Soiron qui propose des activités pour les seniors, le C.C.A.S., l'UTC et Sensovery.

Depuis l'origine, ce logiciel que vous avez créé a pour but de lutter contre l'isolement des personnes âgées puis, tout en conservant sa volonté première, a rapidement évolué pour apporter d'autres services qui favorisent le lien social et le maintien à domicile de nos aînés. Mais pour que les personnes âgées se maintiennent à leur domicile et s'y sentent bien, il leur faut un minimum de sécurité.

BIP POP permet de l'assurer par un maillage entre les différents acteurs œuvrant dans le domaine de la sécurité et de la prévention en premier lieu les services de la Ville et de l'Agglomération de la Région de Compiègne (C.C.A.S., Police Municipale...), mais aussi en collaboration avec les services de l'État (Sous-préfecture, Police Nationale...) et les différents partenaires (bailleurs sociaux, services de secours, Conseil Départemental, associations...).

Ce travail de prévention auprès de nos aînés est effectué aussi dans le cadre du Conseil Local de Sécurité et de la Prévention de la Délinquance et sera renforcé par BIP POP qui pourrait trouver toute sa place dans des actions et dispositifs comme l'opération « Voisins Vigilants ».

Enfin, je me réjouis aussi que nos personnes âgées accèdent plus facilement aux nouvelles technologies avec votre application dans un but social et de prévention qui d'une part est simple d'utilisation et d'autre part permet d'éviter la fracture numérique.

Aussi c'est avec conviction et enthousiasme que je vous adresse mon plus vif soutien pour la poursuite de l'expérimentation de BIP POP sur notre territoire et pour son déploiement à venir.

Restant à votre disposition, je vous prie d'agréer, Madame, mes sincères salutations.

*Bien à vous,*

*Le Président du C.C.A.S.*

**Philippe MARINI**  
*Maire de Compiègne*  
*Sénateur Honoraire de l'Oise*

Copie à : - Mesdames DE FIGUEIREDO & BOIN et Messieurs DUPUY DE MERY, VERRIER, THULARD & CARON.

## ANNEXE 4 : PLAN DE COMMUNICATION

|  | Canal de communication   | Objectif   | Message   |
|--|--|--|---|
| <b>Seniors &amp; Personnes isolées empêchées (âge, mobilité, santé...)</b> | Presse spécialisée <sup>5</sup><br>Salons<br>Cyber-bases<br>Clubs de seniors<br>Portail des Conseils départementaux, agglomérations, mairies, CCAS<br>Courrier Mutuelles | Faire connaître la mobilité inversée<br>Rassurer les seniors<br>Augmenter le nombre d'interactions sociales via BIP POP  | Solution pour créer du lien social, être moins isolé-e, se faire aider et rester vivre à domicile plus longtemps,<br>Solution pour se faire livrer les petits courses du quotidien,<br>Solution pour demander un service à son association sans s'imposer |
| <b>Aidants familiaux</b>   | Portail des Conseils départementaux, agglomérations, mairies, CCAS<br>Presse nationale<br>Courrier Mutuelles   | Faire connaître la mobilité inversée<br>Rassurer les aidants<br>Inscrire les aidants afin d'augmenter le nombre d'interactions sociales via BIP POP  | Solution pour aider son parent même à distance, créer du lien social, visualiser et agir avec lui dans son environnement  |
| <b>Associations d'Aide à la Personne</b>                                   | Contact direct<br>Presse nationale   | Faire connaître la mobilité inversée<br>Inscrire les associations afin qu'elles inscrivent leurs auxiliaires et optimisent leur action en déléguant le portage des courses à des bénévoles | Solution pour augmenter la qualité des prestations auprès des seniors : à chaque intervention permettre de rester plus longtemps avec le senior, l'aide à commander ses petites courses du quotidien sans besoin d'envoyer l'auxiliaire                   |
| <b>Associations de quartiers et centres ruraux</b>                         | Contact direct<br>Presse locale  | Faire connaître la mobilité inversée<br>Inscrire les associations afin qu'elles inscrivent leurs membres et encouragent l'entraide locale  | Solution permettant d'augmenter la solidarité localement, de créer du lien social,<br>Solution permettant d'identifier les bénévoles et d'encourager l'engagement en faveur des seniors   |
| <b>Commerces</b>   | Contact direct<br>Presse locale<br>Presse nationale  | Faire connaître la mobilité inversée<br>Inscrire les commerces afin de stimuler l'inscription des seniors,<br>Favoriser l'entraide locale  | Solution pour augmenter les volumes de ventes<br>Solution pour conserver une clientèle âgée et dynamiser les commerces de centres villes  |
| <b>Collectivités</b>   | Contact direct   | Faire connaître la mobilité inversée<br>Vendre l'adhésion au dispositif pour les associations de bénévoles subventionnées  | Renforcer le maillage des bénévoles sur le Territoire<br>Créer du lien social, consolider les actions pour maintien à domicile des seniors et personnes fragiles,<br>Rompre l'isolement   |

<sup>5</sup> Notre Temps, Pleine Vie, La Revue des Seniors, Le Particulier, etc



Organisation d'ateliers de co-création au Club Senior (2015)



Participation à la Semaine Bleue (BIP POP Lauréat 2015)



**PLATEFORME DE SOLIDARITE DE PROXIMITE**  
 Vous êtes disponible et vous aimez votre quartier ou votre commune ?  
 1. Inscrivez vous sur Bip Pop.  
 2. Liez votre profil à votre association de quartier ou de commune.  
 3. Bliip une notification ! Jeanne a envie d'une visite !  
 4. Hup ! vous confirmez pour 16h. Bip Pop est fait pour vous !  
 \*Parrainage exigé pour la sécurité

**Avec BIP POP la solidarité c'est TOP !**

[www.bippop.com](http://www.bippop.com)

Je m'inscris gratuitement. Plus d'information au 06 51 00 09 71



**PLATEFORME DE SOLIDARITE DE PROXIMITE**  
 Vous êtes coincé à la maison, vous auriez envie d'une visite ou d'un dépannage ?  
 1. Cliquez sur l'association de votre quartier ou de votre commune  
 2. Ecrivez votre demande.  
 3. Bliip c'est envoyé !  
 4. Tous les bénévoles et membres inscrits\* reçoivent votre demande  
 4. Hup ! François, bénévole, confirme pour 16h, et viendra chez vous, c'est ça la mobilité inversée !  
 \*Parrainage exigé pour votre sécurité

**Avec BIP-POP la solidarité c'est TOP !**

[www.bip-pop.com](http://www.bip-pop.com)

Je m'inscris gratuitement. Pour plus d'information je contacte le 06 51 00 09 71



**PLATEFORME D'OPTIMISATION DU MAILLAGE DES BENEVOLES SUR LE TERRITOIRE**  
 Vous venez de recevoir un appel de Jean, isolé, BIP POP est fait pour lui !  
 1. Connectez vous à BIP-POP, sur le bouton TRANSFERT DE DEMANDE, saisissez la demande de Marie.  
 2. Cliquez sur les noms des bénévoles à qui vous souhaitez transmettre la demande  
 3. Bliip c'est envoyé  
 4. Hup ! Un bénévole accepte la course et passe chercher Jean, c'est ça la mobilité inversée !

**Avec BIP POP la solidarité c'est TOP !**

[www.bippop.com](http://www.bippop.com)

Je m'inscris gratuitement. Pour plus d'information je contacte le 06 51 00 09 71

**B-POP LE 1er service de la mobilité inversée**

**Aidez les personnes empêchées et soyez récompensés**

**SAVEZ-VOUS QUE LE DERNIER KILOMETRE EST INFRANCHISSABLE POUR LES PERSONNES EMPÊCHÉES ? ET LA VOUS AVEZ UN RÔLE À JOUER !**  
 Vous aimez vous promener en ville et faire les courses ? Pourquoi ne pas en profiter pour rendre service à ceux qui sont empêchés ? Avec B-POP, portez les courses à vos voisins et soyez en récompensés. \*La personne qui a commandé vous rétribue, montant suggéré pour l'expérimentation : 1€

**COMMUNIQUEZ AVEC VOTRE ENTOURAGE: VOS VOISINS SONT VOS ALLIÉS !**  
 Vous souhaitez solliciter vos voisins pour trouver un livre ? Emprunter une perceuse ? Recueillir un témoignage vivant sur vos cours d'Histoire ? En échange vous êtes prêts à jouer les chauffeurs privés pour emmener votre voisine chez le coiffeur ? Entrez vous grâce à B-POP ! B-Pop facilite le lien intergénérationnel et la solidarité entre voisins

**ET DANS L'AUTRE SENS ÇA MARCHE AUSSI !**  
 Débordé-e par le boulot ? Vous avez fini votre dernière boîte de conserve ? Plus besoin d'attendre la visite de votre mère pour remplir le frigo ? B-POP vous permet d'être livré-e en toute sécurité par votre réseau de proximité. B-POP localise les personnes à proximité et leur propose de venir vous livrer. C'est ça la mobilité inversée !

Participez dès aujourd'hui à l'expérimentation B-POP !  
 JE M'INSCRIS GRATUITEMENT [www.bip-pop.senscovery.com](http://www.bip-pop.senscovery.com) Pour plus d'informations, contactez le 06 51 00 09 71

*Flyers distribués sur l'Agglomération de la Région de Compiègne*

La communication auprès des membres inscrits sur la plateforme BIP POP est essentielle. Pendant l'expérimentation les utilisateurs bénéficient d'un accompagnement personnalisé permettant de mesurer l'impact social de BIP POP sur leur quotidien. Une ligne téléphonique a été ouverte : 06 51 00 09 71

L'équipe BIP POP en charge de mesurer l'impact a construit un référentiel d'accompagnement

**agir éco**

## Quand l'attention aux autres devient le moteur de l'économie

Treize entreprises ont été récompensées lors du premier Carrefour de l'innovation sociale organisé par la Région. Rencontre avec trois chefs d'entreprise qui placent l'humain au cœur de leur activité.

### Sensovery : des outils high-tech pour mieux vivre

**A**nne Guénand a créé en 2011 la société Sensoverly. Cette enseignante-chercheuse de l'UTC, qui intervient dans le domaine du design industriel et la conception de produits nouveaux, a souhaité développer des procédés innovants capables d'améliorer la vie quotidienne.

Implantée sur le parc technologique des Rives de l'Oise, à Compiègne, sa société, qui s'intéresse de près à l'accessibilité, a déjà commercialisé plusieurs outils high-tech (comme des commandes ou des interrupteurs tactiles). Le projet qui lui a valu d'être récompensée par la Région l'an passé vise à favoriser l'autonomie des personnes âgées en leur permettant de rester chez elles le plus longtemps possible. «*Nous avons travaillé avec le club Soiron, une association qui propose des activités physiques et ludiques pour les seniors, à Compiègne, rapporte la jeune fondatrice. Notre approche a d'abord été d'aller à la rencontre de ces personnes, de les écouter, d'entendre leurs souhaits, afin de proposer des outils qui soient les plus adaptés possible.*»



Anne Guénand enseignante-chercheuse à l'UTC et créatrice de Sensoverly.

**Des produits commercialisés en 2015**  
Pendant un an, des rencontres régulières ont permis de cerner ces attentes, d'élaborer des outils et de les tester, grâce à un démonstrateur. Persuadées que *«tout projet d'innovation sociale implique la participation des bénéficiaires, dès le départ»*, Anne Guénand et son équipe ont ainsi été à l'écoute de

ceux à qui étaient destinés ces outils. Sensoverly s'attache maintenant à poursuivre le développement de ces produits qui devraient être commercialisés courant 2015. Ravie d'avoir été primée lors du Carrefour de l'innovation sociale l'an passé, Anne Guénand considère cette distinction comme *«une preuve de confiance»* accordée à son entreprise par la Région. *«Cela montre que la Région est animée d'une volonté de développer l'innovation sociale,*

**L'économie sociale et solidaire, en Picardie, c'est :**

- 5 500 établissements employeurs
- 58 500 emplois

s'enthousiasme la chercheuse. *Pour nous, c'est aussi une sorte d'obligation de faire aboutir notre projet.* ■  
🌐 [www.sensovery.com](http://www.sensovery.com)

8 |  | N° 167 novembre 2014

# Devenez livreur de courses entre particuliers

**ON CONNAISSAIT** Blablacar et ces particuliers qui cèdent des places dans leur voiture à des prix compétitifs. Des Compiégnois viennent de lancer un nouveau service communautaire qui s'en inspire. « L'idée est de faire livrer les courses chez des particuliers à mobilité réduite par d'autres particuliers », résume Merryl Parisse, social business développer chez Bip Pop.

Pour se faire connaître auprès des particuliers, l'équipe de la start-up était présente samedi matin à la sortie du magasin Intermarché de Margny-lès-Compiègne. Car il sera aussi possible pour les personnes passant par le drive de se faire livrer les courses par d'autres clients de l'enseigne pour 3,60 €. « Cette somme est réglée par le client et 3 € sont reversés sur la carte fidélité du livreur. Les 0,60 € restants, c'est la TVA », explique David De Bosschere, l'adhérent de l'enseigne Intermarché.

## Déjà 150 commerçants et particuliers inscrits

Ce service est né d'un constat : les livraisons de courses dans l'Oise sont peu nombreuses et les personnes âgées ou à mobilité réduite éprouvent des difficultés. Le principe est simple : commerçants et particuliers s'inscrivent sur le site. Si une dame a besoin d'une baguette, elle sélectionne une boulangerie du



Margny-lès-Compiègne, samedi matin. « L'idée est de faire livrer les courses chez des particuliers à mobilité réduite par d'autres particuliers », résume Merryl Parisse, membre de l'équipe de Bip Pop. (LP/NG.)

réseau et lance le message. Par géolocalisation, les personnes à proximité reçoivent l'alerte et l'une d'elles peut assurer la commission moyennant la somme de 1 €. Pour l'heure, le site comptabilise 150 inscrits, dont une vingtaine de commerces.

Samedi matin, des personnes âgées se trouvaient aux caisses de l'hypermarché. Une dame s'arrête au niveau de Christophe Szukala, l'un des treize étudiants de l'Université de technologie de Compiè-

gne participant à cette start-up. Elle a des packs d'eau et de lait dans son chariot. « Cela pourrait vraiment m'intéresser. C'est lourd », dit-elle. Christophe lui explique : « Il faut vous inscrire sur Internet... » Grimace de la dame. Christophe admet : « Pour certaines personnes âgées, Internet peut être un frein. Mais on en voit d'autres qui veulent volontiers apprendre... »

NICOLAS GOINARD

Inscription gratuite sur [www.bipop.com](http://www.bipop.com).



Photos : Equipe Bip Pop actuelle



# Un nouvel **Impact** pour l'économie sociale et solidaire



PAR LOUIS LEROY

**RÉGION.** Partir d'un besoin social plutôt que d'un concept, voilà la base sur laquelle repose l'économie sociale et solidaire. Mardi a eu lieu la remise des prix du programme Impact à la Chambre de commerce et d'industrie de Lille. Lancé par Ashoka, le premier réseau mondial d'entrepreneurs sociaux (plus de 3 000 dans 80 pays), en partenariat avec la Fondation Raise, le programme Impact ambitionne « d'accompagner des entrepreneurs sociaux pour renforcer leur stratégie de développement et structurer leur modèle économique ».

Six entreprises finalistes ont été encadrées pendant 6 mois par la fondation. Ils ont pu échanger avec des coaches ou des spécialistes de leur secteur d'activité respectifs.

Le lauréat du grand prix est Bip-pop, une entreprise d'aide à la personne isolée, basée à Compiègne. Elle fonctionne grâce à

une plateforme pour permettre la mise en relation de l'utilisateur avec un réseau de proximité. Pour Anne Guenand, la fondatrice, Ashoka a « permis de prendre conscience des moyens nécessaires à mettre en place pour pouvoir changer d'échelle ». L'objectif est, à moyen terme, d'essaimer sur toute la région des Hauts-de-France.

Le choix de l'économie solidaire s'est fait naturellement pour elle. « L'économie et le solidaire sont les deux faces d'une même pièce de monnaie. » Elle estime aussi que c'est la pierre angulaire d'une évolution nécessaire de notre économie.

Les autres entreprises sélectionnées étaient les Garages solidaires du Hainaut, Croc La Vie (filiale bio pour les crèches), Singa (aide à l'entrepreneuriat des réfugiés de Calais), Voisin Malin (réseau d'habitants de Lille sud) et le Court-Circuit (circuit court). ■