

# Comment favoriser le « aller vers » dans mon quotidien ?

*Cette fiche vise à définir ce que l'on entend par « aller vers ». Elle explique pourquoi favoriser cette démarche et comment la mettre en œuvre, pour prendre en compte tous les publics, même ceux qui ne viennent pas vers vous.*

**Rédacteurs** Stéphane Gardé

**Mise en forme** La Mednum

**Coordination** Jeanne Piacentino, Banque des Territoires

**9 pages** - Temps de lecture estimé : 9 minutes

Dernière mise à jour le 27 Mars 2023

## Introduction

# Aller vers : de quoi parle-t-on ?

« L'aller vers » est pensé comme une démarche venant du travail social et **permettant l'accès ou le maintien des droits, et en contrepoint, un moyen de lutter contre le non-recours** des personnes les plus en difficultés [cf. note de cadrage Stratégie de prévention et de lutte contre la pauvreté].

Cette notion recouvre aujourd'hui plus largement **les actions dites "hors les murs"**, dont le principe est d'aller au-devant des publics, et non de partir du présumé de leur venue au sein des dispositifs et actions existantes.

## Pourquoi et comment favoriser le "aller vers" ?

Prenant appui sur un « éloignement » d'ordre multiple, c'est l'action qui vient au public. C'est pourquoi il s'agit avant tout d'une posture, pro-active et bienveillante, allant au-devant des sollicitations des publics, et à la rencontre des partenaires.



### Témoignage de terrain

« L'aller Vers » pour moi répond aux besoins de la population qui n'accède pas aux prestations ou aux services de médiation numérique classiques. En effet, il s'agit d'opposer à la logique de « guichet » distributeur de prestations, une approche davantage ancrée sur le terrain et de co-construction avec nos publics cibles.

Pour cela, la coopération entre les Conseillers numériques est primordiale, car elle permet de mener des actions communes sur des ateliers multi-thèmes afin d'apporter une plus value qualitative aux services d'accompagnement fournis.

Cette qualité d'accompagnement s'obtient grâce aux échanges de pratiques ainsi qu'aux feedbacks sur les actions qui fonctionnent. Les échanges sur les questions de veille numérique, nouveautés, outils utilisés, etc. Ils vont de pair avec cette évolution continue du numérique.

Aussi, aller rencontrer les partenaires institutionnels pour connaître leur fonctionnement et spécificités permet de se faire connaître et d'engager des partenariats pouvant déboucher sur des actions ciblées, spécifiques avec des besoins identifiés dans ces structures (ex : Pôle emploi, service civique avec Unis-cité etc..).

Promouvoir des actions de partenaire de la médiation numérique locaux à l'extérieur du rayon d'action du Conseiller numérique permet de favoriser « l'emmener vers » et ainsi faire la promotion des actions vertueuses des territoires voisins, essayer, créer du lien social, etc...

Propos recueillis auprès de Maxime BANY,  
Conseiller numérique Territoire Nord, DDSU, Ville  
de Clermont-Ferrand

## Chapitre 1

# Mobilité et proximité

## Aller au plus proche des publics et de leur lieu de vie

Les **territoires ruraux** sont particulièrement concernés par les problématiques de mobilité et les actions de proximité contribuent ainsi à lever certains freins.

Les **habitants des quartiers politiques de la ville (QPV)** rencontrent eux aussi des freins à la fois physiques, cognitifs, psychologiques, culturels et financiers qui impactent tout autant l'emploi, l'éducation, la formation, l'accès aux services et loisirs.



### Bonnes pratiques

« Le numérique offre aussi de nouvelles solutions, à condition de veiller à leur appropriation par toutes et tous, sachant que les habitants des quartiers populaires souffrent souvent **d'illectronisme et d'un manque de matériel disponible.** »

Sources : [article Banque des Territoires & Études France Urbaine](#)

## Prendre en compte tous les publics

Y compris le « non-public » (celui que l'on ne voit pas ordinairement). Les publics qui viennent dans les lieux de médiation numérique ont franchi un cap important leur permettant de passer le seuil de la porte. **Pour cela il faut un capital confiance suffisant, même si est souvent modeste et fragile.** Les plus en difficulté font souvent en sorte d'être "invisibles", de passer "inaperçus", et n'ont pas encore franchi ce cap, qui ne va pas de soi. Ces derniers sont susceptibles d'avoir des

besoins, sans pour autant connaître les possibilités d'accompagnement ou d'être en capacité de pouvoir les solliciter (par honte, peur, appréhensions et/ou préjugés).



### Bonnes pratiques

« **L'approche directe** : se rendre au domicile des usagers »

« **S'appuyer sur des lieux déjà identifiés** des publics en difficulté avec le numérique »

« **Investir des lieux de passage stratégiques** (places de marché, parkings de salles de fêtes...) »

Sources : [article PQNA & HUBIK](#)

## Apporter une présence humaine, rapprocher les actions des publics, et aller à la rencontre

Au-delà de la réalité spatiale, c'est également signifier aux publics qu'ils ne sont pas « oubliés ». Ce faisant, cela contribue à créer, rétablir ou entretenir le lien social ainsi que de lutter contre l'isolement.



### Bonnes pratiques

**C'est avant tout une posture qui propose un espace et un temps de rencontre avec le public** (entre l'espace public et l'accompagnement numérique proposé), dont le vecteur premier est l'écoute : dans cette configuration nous partons du public et non de l'action. De cette rencontre peut naître une ou plusieurs pistes identifiées comme pouvant trouver réponse ou appui via le numérique. Le temps d'accueil/diagnostic est donc à privilégier avant tout accompagnement/orientation.

## Chapitre 2

# Pédagogie

### Se rendre dans un lieu de médiation numérique nécessite des présupposés

Ceux-ci ne sont **pas immédiatement accessibles** à tous les publics, à fortiori les plus en difficulté.

### Prendre en compte les non-demands

Susciter la rencontre **en allant au-devant du public**, et favoriser l'**écoute attentive** afin de percevoir ce qui pourrait faire sens pour la personne.

### Favoriser la rencontre

Par exemple en **proposant un café ou un thé**. La "cafetière pédagogique" permet de créer un espace tiers, une passerelle de médiation entre l'espace public et l'espace d'accompagnement.

### Susciter confiance, assurance et volonté

**Confiance** en soi et en ses capacités, ainsi que dans l'aidant

Assurance d'un **contexte sécurisé et sécurisant**, susceptible de rassurer suffisamment la personne afin de favoriser l'engagement

**Volonté d'apprendre**, en passant de la réponse à l'urgence à un accompagnement sur le long terme

### Accepter l'inconnu

Cette posture requiert de pouvoir **accepter une forme d'incertitude** (on ne sait jamais qui on va rencontrer) sans pour autant s'en contenter (être pro-actif est indispensable) : le public ne viendra pas de lui-même, et la démarche est de partir de lui, pas de nous.



### Témoignage de terrain

*“Mon meilleur allié, c’est le café ou le thé !*

*Lorsque je reçois un usager, la première chose que je lui propose c’est de lui offrir un café ou un thé !*

*Quoi de plus sympa que d’accorder aux gens quelques minutes de répit pour casser un quotidien effréné. Mon but étant de faire de cet entretien, un moment d’échange convivial et ludique ; et non pas un exercice fastidieux supplémentaire dans la journée de mes usagers.*

*De plus, cela permet de briser la vitre imaginaire qui sépare le conseiller numérique et l’utilisateur et surtout de renforcer ce sentiment de proximité. Ce temps de pause permet d’aborder leurs différentes problématiques dans la sérénité avant de se mettre véritablement au travail. Intitulé le « café/thé time », ce moment est très apprécié des usagers.”*

Propos recueillis auprès de Étienne GIVRY,  
Conseiller numérique CoPLER Communauté de  
communes du Pays entre Loire et Rhône

## Chapitre 3

## Maillage territorial

Les actions "hors les murs" sont un moyen de **contribuer à une répartition territoriale plus équitable des actions et des possibilités d'accompagnement** pour les publics et contribuent en ce sens à apporter un plus juste équilibre, quel que soit leur lieu de vie.



### Bonnes pratiques

- S'inscrire en **complémentarité** avec l'existant
- Favoriser la **répartition** plutôt que l'empilement
- Développer les **complémentarités plutôt que les silos**
- S'appuyer sur les **partenaires** pour se faire connaître du public. "Aller vers" le public, c'est aussi "faire avec" les partenaires.

## Chapitre 4

## Coopération

### Favoriser l'interconnaissance des acteurs, des actions et des dispositifs existants sur le territoire.

Une démarche itinérante est une activité **passerelle et non une fin en soi**. Elle est donc susceptible de pouvoir orienter à tout moment vers le bon interlocuteur, lorsque cela est nécessaire. Une **connaissance fine des partenaires et de l'existant sur le territoire** est donc indispensable.

C'est un **bon prétexte pour "aller vers" les partenaires et impulser, entretenir ou développer des collaborations** dans une dynamique de réseau et de complémentarité.



## Chapitre 5

# Communication

## Informer le public et les partenaires, communiquer sur votre offre de services et ses modalités



### Bonnes pratiques

#### Appuyez-vous sur les partenaires locaux :

- ils connaissent bien les publics et leurs habitudes, et sont des relais précieux.
- ils peuvent vous accueillir dans leurs locaux ou vous indiquer les lieux fréquentés.
- moins il y a d'intermédiaire entre le public et vous, mieux c'est !

#### Vous êtes les plus à même de présenter votre action :

- les partenaires sont donc des relais de VOTRE communication.
- multipliez les voix et les supports de communication : radio, presse écrite, bulletins municipaux, réseaux sociaux, flyers sur les marchés, dans les commerces de proximité.
- il faut pouvoir s'adresser à tous les publics (même non-lecteurs).



### Pour aller plus loin

« En bus, en camionnette ou en camping-car : quand médiateurs numériques et services publics vont au devant des usagers », [article du Labo Société Numérique](#)

[Rapport Dématérialisation des services publics - 2022](#), Défenseur des Droits, préconisation p. 41

## Initiatives inspirantes



### Modes de vie durables à partager | A. Tiberghien

“Le modèle « tiers-lieu fixe » n'a pas forcément de sens sur certains territoires comme les territoires ruraux. La répartition démographique et l'éloignement géographique impliquent d'avoir des initiatives au plus proche des citoyens-usagers mais sans pour autant y avoir suffisamment d'affluence pour justifier une initiative permanente ayant pignon sur rue. Concrètement, le Tiers- Truck est un camion aménagé permettant de déployer un tiers-lieu éphémère autour du camion et d'y animer les activités que l'on trouve dans ce type de lieu.”



### ADN Mobile | Association Sciences Technologies et Sociétés

"Vélo-cargo qui permet d'aller à la rencontre des habitants de Paris et de ses alentours" porté par l'Association Sciences Technologies et Sociétés (ASTS) - Avec le projet ADN Mobile, l'association souhaite aller à la rencontre des usagers et usagères dans les rues de Paris et sa proche banlieue. Au programme, accompagnement aux démarches en ligne mais aussi découverte des outils de fabrication numérique à un public de 7 à 77 ans.

"L'avantage d'un dispositif d'aller-vers comme notre ADN mobile réside principalement dans la relation de confiance qui se crée entre les médiateurs numériques et des usagers qui ne pousseraient pas naturellement la porte d'un espace numérique."

**Mehdi SERDIDI, Directeur de l'ASTS, Paris**





## Le triporteur connecté | **Pimms Médiation**

"Un triporteur électrique connecté, service du PIMMS Bordeaux qui va à la rencontre des habitants des quartiers prioritaires de la ville pour les accompagner dans leurs démarches de la vie quotidienne. Si la question de "l'illectronisme" n'est souvent abordée que sous le prisme du non-recours aux droits [...], la dématérialisation impacte aujourd'hui l'ensemble des champs de la vie quotidienne des individus. [La] volonté est de répondre aux demandes qui émanent du terrain."

"Au PIMMS Médiation de Bordeaux, nous avons l'opportunité d'aller vers les personnes à l'aide d'un triporteur. Ce véhicule intrigue, attire l'attention et la curiosité des passants ce qui facilite la prise de contact et la rencontre. La sortie du triporteur est l'occasion de se faire connaître sur nos actions d'accompagnement, d'orientation, en étant "hors les murs" de notre structure en allant vers des populations de proximité."

**Thierry TOURNADE, Conseiller numérique,  
PIMMS de Bordeaux**

"Aller vers" et "faire avec" sont les deux principes directeurs de la médiation sociale garantissant le processus et la qualité de la médiation."

**Olivier DOURTHE, Directeur, Pimms Médiation  
Bordeaux**



## Venez pour un café, repartez avec des super pouvoirs ! | POP Café

POP Café, le café où le serveur peut aider à vendre un canap' sur LeBonCoin et refaire les stickers d'une vitrine."



## Un tiers-lieu mobile pour décloisonner les EHPAD | **La Croix-Rouge française**

"C'est un camion retapé par des résidents des deux établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes du Pôle gérontologique nîmois de La Croix-Rouge française, mais aussi par certains de leurs salariés, des habitants, des étudiants, des artistes ou architectes. Ce tiers-lieu mobile et intergénérationnel va désormais proposer des ateliers, afin de soutenir les populations, de monter avec elles des projets inclusifs, jusque dans certains quartiers difficiles de Nîmes."



## Modes de vie durables à partager | A. Tiberghien

"Ce projet vise à développer l'usage du numérique dans l'accompagnement social et à favoriser l'accès aux droits compte tenu des principaux besoins suivants dégagés : accompagnement des personnes sans-abri pour effectuer leurs démarches administratives, besoin en équipement numérique (crédit téléphonique, recharge téléphonique...) à destination des personnes sans-abri et des travailleur-euses sociaux-ales & en formation à la médiation numérique", porté par la Fédération des Acteurs de la Solidarité avec le soutien de la Fondation AFNIC, de la Fondation JM Bruneau, du Groupe FDJ et en partenariat avec La MedNum.



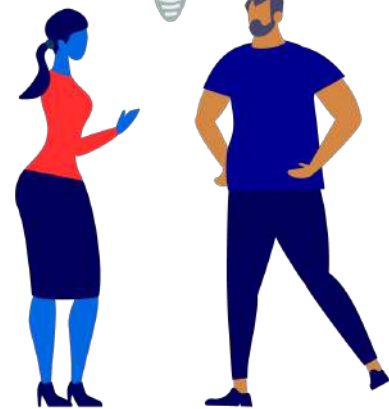
## Témoignage de terrain

*“Avec l'aide du service communication de Saint-Flour Communauté, nous avons créé un questionnaire pour les usagers, afin de recueillir leurs demandes, attentes et ce qu'ils savent déjà faire avec le numérique.*

*Ces questionnaires ont été déposés dans mes lieux de permanences, et mes collègues les font remplir aux personnes intéressées. Je peux ainsi les recontacter.*

*J'ai aussi été contacté par le maire d'une commune pour dispenser des ateliers. Je lui ai fait passer le questionnaire afin de bien cerner les besoins, et j'ai pu former deux groupes de niveaux différents pour mener aux mieux les ateliers.”*

**Maxime CHANAL, Conseiller numérique, Saint-Flour Communauté**



## Témoignage de terrain

*“Étant conseillère numérique sur une communauté de communes, il nous paraissait évident d'aller au plus près des administrés afin de limiter les déplacements à maximum dix minutes de leur lieu d'habitation. Pour cela, j'effectue des permanences dans les trois bibliothèques (toutes les semaines) ainsi que sur quatre communes (une fois par mois). Je travaille également avec les centres de loisirs pour sensibiliser les jeunes, le CIAS, et aussi avec un ESAT. J'ai donc de tous les types de publics de 9 à 90 ans !*

*Si les rendez-vous sur les communes ne semblent pas avoir l'engouement que nous espérions, en revanche, cela fonctionne très bien dans les bibliothèques. Cela s'explique notamment par le fait que cela reste un endroit de loisir et de transmission des savoirs dans la pensée collective contrairement aux mairies. Pour janvier, nous allons revoir la méthode afin de réduire le nombre de lieux et de proposer plus de jours de présence sur les communes qui fonctionnent le mieux, car cela reste chronophage et surtout limite la qualité des accompagnements, car le suivi est moins régulier.”*

**Tessie ELLUL, CNFS, Communauté de Communes du Sarladais**







## Témoignage de terrain

"Mon agenda est rythmé pour environ 40 % des visites à domicile. La plupart des usagers ont 70 ans et plus, ne peuvent pas spécialement se déplacer ou déplacer leur matériel parfois ancien. De plus, ils préfèrent l'accompagnement individuel : certains sont trop éloignés du numérique et se sentent "nuls". Alors qu'ils n'ont tout simplement jamais appris."

Anthony BLINDRON, CNFS, CCAS de Martignas-sur-Jalle|Le Taillan-Médoc|Saint-Aubin-de-Médoc



## Témoignage de terrain

"J'ai été amené à intervenir à domicile dès le début de ma mission. Territoire rural, la difficulté pour certains usagers à se déplacer (âge, handicap, absence de véhicule dans le foyer, etc.) est une réalité. Elle nécessite d'«aller vers» eux en complémentarité du bus numérique France Services départemental, la Bourbon'NET.

Pour cela, et en plus d'un véhicule de service, je suis équipé d'ordinateurs portables que je peux mettre à disposition de l'apprenant le temps de l'accompagnement. Des tablettes Android sont aussi à ma disposition afin de pouvoir initier les usagers à l'utilisation de ce matériel. Pour des personnes âgées, des tablettes Ardoiz, propriétés du Département, peuvent leur être prêtées pour une appropriation à leur rythme les outils connectés."

Quentin BOLGIANI, Conseiller numérique, Conseil Départemental de l'Allier

