

COMPRENDRE



LA MEDIATION NUMERIQUE : QUELS EFFETS SUR QUELS PUBLICS ?

Une enquête auprès des publics
des conseillers numériques



LA MEDIATION NUMERIQUE : QUELS EFFETS SUR QUELS PUBLICS ?

*Une enquête auprès des publics
des conseillers numériques*

-
Juillet 2024
-

Auteurs du rapport

Loïcka Forzy
Marie Dubus
Julien Gaffiot
Mathilde Caro

pour Asdo études, dans le cadre du programme national de recherche financé par le programme
Société Numérique de l'Agence nationale de la cohésion des territoires



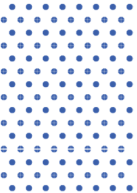
Pour citer ce document : Forzy, Dubus, Gaffiot, Caro (2024). La médiation numérique : quels effets sur quels publics ? Rapport d'Asdo études pour l'Agence nationale de la cohésion des territoires.

SOMMAIRE

Un programme national de recherche portant sur les publics de la médiation numérique	7
Pourquoi un programme de recherche ?	7
Objectif de la recherche	8
La méthode	9
Construction du questionnaire	9
Protocole de diffusion	12
L'échantillon de répondants	13
Plan du rapport	14
Chapitre 1. Les publics de la médiation numérique	15
Qui sont les bénéficiaires des conseillers numériques ?	15
Des publics globalement bien équipés	21
Compétences numériques et domaines d'usage	23
Conclusion du Chapitre 1 – Les publics de la médiation numérique	28
Chapitre 2. Les parcours de médiation numérique	29
Comment et pourquoi viennent-ils ?	29
Quelles formes prennent les accompagnements ?	32
Quels sujets abordent-ils avec les conseillers ?	34
Conclusion du Chapitre 2 – Les parcours de médiation numérique	38
Chapitre 3 : L'évolution du rapport au numérique	40
Des parcours de médiation qui permettent l'acquisition de nouvelles compétences	40
Des accompagnements qui développent les capacités d'action des publics	43
Des participants qui se sentent plus à l'aise avec le numérique	45
Un accompagnement qui agit sur le rapport émotionnel au numérique	47
Conclusion du Chapitre 3 – L'évolution du rapport au numérique	50
Chapitre 4. Typologie des bénéficiaires de la médiation numérique	51
Méthodologie	51
Quatre profils de bénéficiaires	52
1. Les « séniors débutants » (25,7%, n=303)	53
2. Les « séniors initiés » (35,1%, n=414)	54
3. Les « parcours de perfectionnement » (26,4%, n=311)	55
4. Les « parcours d'insertion » (11,3%, n=150)	57
Conclusion du Chapitre 4 – Typologie des bénéficiaires de la médiation numérique	58



Conclusion. les conseillers numériques, entre médiation et re-médiation	61
Une enquête inédite, et exploratoire, auprès des publics des conseillers numériques	61
La médiation numérique face à la diversité des formes d'éloignement	61
Soutenir les personnes « incapacités » par le numérique	63
Un rapprochement du numérique qui se joue sur le temps long	64
Bibliographie	65
Annexe 1 - Tris à plat	67
Annexe 2 – Résultats de l'AFM et de la CAH	82



UN PROGRAMME NATIONAL DE RECHERCHE PORTANT SUR LES PUBLICS DE LA MEDIATION NUMERIQUE

POURQUOI UN PROGRAMME DE RECHERCHE ?

Les données nationales sur les usages numériques des Français mettent en avant l'existence d'inégalités fortes entre les citoyens dans leur rapport au numérique¹. De nombreux travaux, et notamment le travail mené récemment pour l'ANCT par le Centre de recherche sur l'éducation, les apprentissages et la didactique (CREAD), le Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC) et le GIS M@rsouin, mettent en avant les dynamiques et contextes qui caractérisent les situations d'éloignement du numérique². L'éloignement du numérique est un phénomène multidimensionnel : il s'analyse à travers différentes focales (la question de l'accès aux équipements, la question des compétences et l'analyse des capacités à tirer avantage du numérique) et à la lumière de variables socio-démographiques qui sont susceptibles d'y être associées. Aujourd'hui, l'éloignement du numérique est un phénomène social qui touche près de 16 millions de Français. Cela représente 31,5% de la population³, qui fait partie de ce que l'on peut considérer comme un « halo » d'éloignés du numérique⁴.

Afin de lutter contre l'éloignement du numérique, différents dispositifs existent, et notamment les actions de « médiation numérique ». Portées par des professionnels de différents horizons, les pratiques ayant trait à des accompagnements numériques à destination des publics divers ont commencé à se professionnaliser dans les années 1990, et se sont structurées autour de la notion de « médiation numérique » en 2011 avec les *Premières Assises de la Médiation Numérique*⁵. Ce champ regroupe aujourd'hui un ensemble hétérogène de pratiques et d'acteurs⁶, qui se situent au croisement de plusieurs domaines : l'animation, le travail social, la culture scientifique et technique... mais qui s'organisent toutefois autour de principes clés tels que l'autonomisation et l'émancipation des publics. Différents plans nationaux ont cherché à soutenir le développement d'emplois dans ce domaine. A partir de 2018, la médiation numérique a bénéficié, avec la Stratégie nationale pour un numérique inclusif (SNNI) puis France Numérique Ensemble (FNE) à partir de 2023, d'une attention et d'un investissement important à l'échelle nationale. Le Programme Société Numérique de l'Agence Nationale à la Cohésion des Territoire (ANCT), chargé du pilotage de la SNNI puis de la feuille de route FNE, a mis en œuvre le dispositif Conseiller numérique⁷ qui visait le recrutement et la formation de 4 000 médiateurs numériques (en l'occurrence, des conseillers numériques), répartis sur le territoire national, chargés de proposer des ateliers d'initiation et de formation au numérique aux Français éloignés du numérique. Si un premier programme de recherche national a été lancé pour comprendre l'effet du dispositif sur le développement de stratégies locales d'inclusion numérique⁸, nous disposons à ce jour de peu de données ou d'étude

Notes

¹ Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, 2023

² ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023.

³ Ibid.

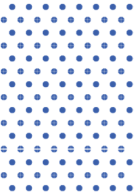
⁴ Ibid.

⁵ Denouël, Julie, and Fabien Granjon. "La médiation numérique à l'épreuve de ses référentiels." *Formation emploi* (2023). p. 43-63

⁶ Thuret Amélie, L'impossible éducation critique et politique au numérique : territoires, dispositifs, métiers et acteurs, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux-Montaigne. (2012) p. 291., déploiement des emplois d'avenir dans les espaces publics numériques

⁷ Ce dispositif portait à son lancement en 2020 le nom de Conseiller numérique France Services.

⁸ Programme national de recherche portant sur le déploiement des Conseillers numériques, financé par le programme Société Numérique de l'ANCT et réalisé par le centre de recherche Askoria, placé sous la direction scientifique de Pierre Mazet.



nationale sur les effets de la médiation sur la réduction des inégalités numériques, et sur la montée en compétence de ses publics. C'est la raison pour laquelle le présent programme de recherche vise à explorer l'effet de la médiation numérique sur les publics qui en bénéficient, en s'appuyant sur le dispositif Conseiller numérique, qui regroupe un ensemble de professionnels au sein d'un réseau structuré et animé par l'ANCT. Toutefois, il est important de souligner la diversité et la richesse du champ de la médiation numérique, qui ne saurait se résumer à ces professionnels et aux publics présentés dans cette étude.

Cette étude s'inscrit dans la continuité des travaux menés sur l'éloignement du numérique. Elle apporte des éléments permettant de caractériser l'impact de la médiation proposée par les conseillers numériques sur les publics. Un des premiers objectifs de cette recherche est de détailler les profils des publics de la médiation numérique. Qui sont-ils par rapport à la population nationale ? Quelles sont leurs caractéristiques en termes d'éloignement du numérique ? Le second objectif est de saisir l'effet de la médiation sur les compétences de ces publics, et plus largement sur leur rapport au numérique. Qu'apprennent-ils ? Les temps de médiation changent-ils le rapport des publics au numérique ?

Pour répondre à ces questions nous avons mobilisé les variables classiquement utilisées pour mesurer l'éloignement du numérique : les variables socio-démographiques, les variables d'équipement et l'analyse des compétences. Toutefois, en lien avec les éléments mis en avant par l'étude sur l'éloignement du numérique⁹, il apparaît aujourd'hui crucial de compléter ces variables par **des indicateurs subjectifs du rapport des publics au numérique**, afin de mieux comprendre les mécanismes d'éloignement. En effet, le fait d'avoir accès aux appareils, et d'avoir des compétences numériques ne suffit pas à comprendre les différences d'usages au sein de la population. La dimension subjective de perception du numérique est déterminante dans le développement (ou non) d'usages permettant d'améliorer concrètement la vie des individus. Un usage du numérique permettant de développer son « pouvoir d'agir » (cf. le concept de « capacité numérique ») ne peut se faire que si l'individu perçoit et croit en sa compétence à se servir du numérique comme vecteur d'opportunités. La médiation numérique permet-elle d'accroître ce sentiment de compétence face au numérique ?

Cette recherche a donc pour enjeu de proposer une approche renouvelée de l'impact de la médiation numérique sur les publics, en adoptant un ensemble de variables subjectives permettant de **replacer le numérique dans ses contextes d'usages** (car le numérique n'est jamais sans objet) et de **saisir ce que la médiation change dans le rapport des publics au numérique**.

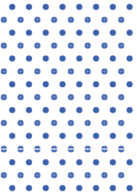
Ce programme national de recherche est financé par le programme Société Numérique de l'Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT). Il est réalisé par Asdo études.

OBJECTIF DE LA RECHERCHE

L'objectif général de cette recherche est de décrire les profils des publics qui viennent à la rencontre des médiateurs numériques, en l'occurrence des conseillers numériques, la nature de l'accompagnement dont ils ont bénéficié, mais aussi ce que l'accompagnement a changé dans leur rapport au numérique.

Notes

⁹ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023.



CREDOC et du GIS M@rsouin portant sur la mesure de l'éloignement du numérique cela permet d'adopter une approche beaucoup plus large de ce qu'est l'éloignement du numérique.

Le référentiel de l'enquête Capacity (2017) présente différentes catégories de compétences numériques. Nous avons fait le choix de conserver quatre des cinq catégories de compétences proposées par l'enquête Capacity, c'est-à-dire le domaine des compétences opérationnelles, informationnelles, sociales et créatives¹³. Nous avons également sélectionné et ajusté les exemples d'actions de chaque compétence aux profils des publics des conseillers numériques, afin d'inclure des items pour les « grands débutants », en se fondant sur les observations réalisées en amont et des retours des conseillers numériques sur le questionnaire. La table présentée ci-dessous récapitule les différentes catégories de compétences retenues pour l'enquête, et les actions correspondantes.

Tableau 1 - Le référentiel de compétences

Compétences opérationnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Me connecter à internet • Joindre un document à un e-mail • Allumer et éteindre mon appareil • Utiliser une souris et un clavier d'ordinateur
Compétences informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Faire des recherches sur internet • Vérifier la fiabilité des informations que je trouve en ligne • Me connecter à mon espace personnel pour des démarches administratives (AM, CAF ...)
Compétences sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Créer un compte en complétant mon profil et en le paramétrant (réseau social ou autres sites) • Envoyer des messages instantanés
Compétences créatives	<ul style="list-style-type: none"> • Créer quelque chose à partir d'images, de musique ou de vidéos (diaporama, montage photo ...) • Mettre en ligne du contenu (fichiers textes, audios, vidéos ...) • Créer un document Word, LibreOffice, Google Docs ...

Un référentiel d'usage « contextuel » du numérique

Afin de saisir les usages numériques des répondants, nous mobilisons un référentiel « contextuel », qui nous permet de saisir dans quelles situations ou domaines de la vie le numérique est mobilisé. Ce référentiel est celui de la toile des capacités, élaborée par l'Agence nouvelle des solidarités actives (ANSA) et la Mednum¹⁴. Cette toile est à l'origine conçue comme un dispositif d'évaluation d'impact de la médiation numérique, qui permet de mesurer l'apport de la médiation numérique en termes d'autonomisation des publics. La toile permet d'**inscrire les compétences numériques dans leur contexte d'usage**. A travers la mise en avant de grands domaines (se déplacer, se soigner, se former, se détendre, se loger ...), elle permet de contextualiser l'usage du numérique, qui n'est jamais sans objet.

La littérature souligne le rôle crucial du contexte d'usage sur le sentiment de compétence de l'utilisateur. Certains contextes d'usage du numérique particulièrement complexes, comme les démarches administratives, peuvent mettre les individus dans une position d'incapacité à réaliser une action qu'ils seraient capables de réaliser dans un autre contexte. Certains contextes sont plus à même de rendre l'individu capable de réaliser un type d'action qu'il ne saurait réaliser dans un autre contexte.

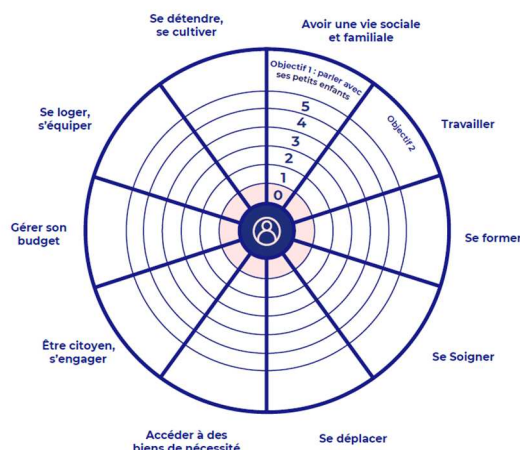
Notes

¹³ Nous avons incorporé la dimension « mobile », qui sonde les usages propres au téléphone portable aux autres dimensions.

¹⁴ Mednum, Agence nouvelle des solidarités actives (2022) *La toile des capacités*, Observatoire de l'inclusion numérique, édition 2022



Schéma 1 - La toile des capacités



Un référentiel qui porte sur la source du changement de rapport au numérique

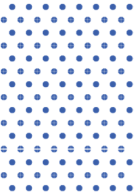
L'enquête s'attache à saisir les effets de la médiation numérique sur le rapport, notamment subjectif, des individus au numérique. Au-delà des questions portant sur les changements en eux-mêmes (sentiment d'aisance, impression d'avoir progressé, capacité d'action ...), il paraissait intéressant de s'interroger également sur la source subjective du changement de rapport des personnes au numérique, et notamment les éléments qui peuvent amener un individu à se sentir plus compétent dans son rapport au numérique.

Pour analyser ce qui joue sur le sentiment de compétence des publics face au numérique, nous avons travaillé à partir du travail d'Albert Bandura¹⁵, psychologue ayant contribué à l'analyse du sentiment de compétence (self-efficacy) des individus. Selon lui, il existe quatre sources qui influent sur le sentiment de compétence des individus.

- **L'état psychologique ou émotionnel** : les sensations physiques et émotionnelles ressenties lors de l'exécution d'une tâche peuvent influencer le sentiment de compétence. Par exemple, la confiance en soi augmente lorsque l'on se sent détendu et compétent, alors que l'anxiété et le stress diminuent ce sentiment de compétence. L'hypothèse est que nombreux sont les bénéficiaires à exprimer un "sentiment d'insécurité numérique" au début de l'accompagnement, qui peut s'estomper au fil des séances (la personne se sentant de moins en moins angoissée à l'idée d'utiliser les outils numériques, dans un contexte donné).
- **L'expérience personnelle** : l'expérience personnelle repose sur les expériences précédentes vécues par l'individu. Le fait de s'entraîner et d'expérimenter, et par exemple de rencontrer un succès dans la réalisation de l'action, renforce la croyance en sa compétence. Dans le cadre des accompagnements avec les conseillers numériques, les bénéficiaires sont en effet invités à "pratiquer", à "expérimenter", impliquant de se tromper et de s'ajuster. Cette méthode peut jouer un rôle dans le sentiment de compétence numérique.
- **La persuasion par autrui** : les conseils, suggestions et encouragements de personnes tierces peuvent améliorer le sentiment de compétence d'une personne face à une tâche donnée. Les encouragements et retours des conseillers numériques ont pu être mentionnés comme des « révélateurs » auprès des publics au sujet de leurs compétences.

Notes

¹⁵ Bandura A. (1997). Self-efficacy: the exercise of control. MacMillan.



- **L'apprentissage social (ou vicariant)** : le fait d'observer des personnes que l'on juge proches de soi réussir une action peut renforcer la croyance en sa capacité de réussir. Ce mécanisme repose sur le phénomène de comparaison sociale. Dans le cadre des accompagnements collectifs observés en amont de la passation du questionnaire, la dynamique collective a été mentionnée comme une source de progression, qui serait à explorer.

A partir de ce référentiel, nous avons établi des exemples permettant d'illustrer différentes situations et différents éléments ayant pu jouer sur le rapport de la personne au numérique. La question était : « Qu'est ce qui a changé suite à votre / vos accompagnement(s) ? ».

Tableau 2 - Le référentiel portant sur la source du sentiment de compétences

État psychologique et émotionnel	<ul style="list-style-type: none"> • Je suis moins stressé(e) à l'idée de manipuler des outils numériques • J'ai moins peur des dangers d'internet
Expérience personnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Je me sens plus à l'aise car je me suis entraîné(e) • Je me suis rendu(e) compte que j'avais des compétences car j'ai réussi des exercices
Persuasion par autrui	<ul style="list-style-type: none"> • Mes proches et/ou le formateur ont remarqué mes progrès
Apprentissage social	<ul style="list-style-type: none"> • Je suis plus confiant(e) car j'ai travaillé avec d'autres personnes qui avaient les mêmes difficultés que moi avec le numérique

Un questionnaire découpé en trois volets

Afin de répondre aux différents questionnements et objectifs de l'étude, nous avons structuré le questionnaire autour de trois grands axes¹⁶ :

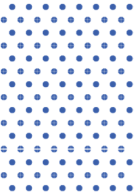
- Le bénéficiaire : profil socio-démographique, équipement numérique, rapport au numérique
- Le parcours d'accompagnement : le nombre de séances et le type d'accompagnement, le contenu, les outils...
- Le sentiment de compétence : les changements à la suite des accompagnements, l'aisance par rapport au numérique...

PROTOCOLE DE DIFFUSION

Un des enjeux méthodologiques de cette étude était d'atteindre les publics de la médiation numérique, en l'occurrence des conseillers numériques, dont il n'existe pas de fichier national de recensement des coordonnées. Pour faire parvenir les questionnaires aux personnes ciblées par cette étude, nous avons collaboré avec les conseillers numériques, qui représentent une part des professionnels dont l'activité est centrée sur la médiation numérique, et dont la structuration en réseau nous a permis de déployer le questionnaire à grande échelle. Ce sont eux qui ont communiqué le questionnaire aux personnes qu'ils accompagnaient. Nous leur avons fait parvenir le questionnaire en version test en amont de la passation, afin d'adapter au mieux le contenu à leurs publics, ainsi que des supports de communication mis à leur disposition pour présenter plus largement la démarche. Leur participation a été entièrement basée sur le bénévolat.

Notes

¹⁶ Voir questionnaire en Annexe



Afin de faciliter la transmission du questionnaire aux publics et de prendre en compte l'hétérogénéité de leurs compétences numériques, **plusieurs modes de passation ont été mis à disposition** :

- Un support numérique, accessible *via* un QR code ou un lien hypertexte.
- Un support PDF imprimable afin que les publics qui le souhaitent puissent le remplir sur papier.
- Une plateforme d'appel mobilisable afin de rappeler les personnes qui souhaitaient le passer à l'oral.

Nous avons également traduit le questionnaire en anglais, afin d'élargir l'audience potentielle du questionnaire, notamment auprès de personnes allophones.

L'ÉCHANTILLON DE REpondANTS

Au total, 1 327 personnes ont répondu au questionnaire diffusé par l'intermédiaire des conseillers numériques. Le questionnaire a été diffusé entre le 27 mars et le 7 mai 2023, soit six semaines. Ce questionnaire a été communiqué à tous les conseillers numériques du territoire français, afin qu'ils puissent le relayer auprès de leurs publics sur la base du bénévolat. Afin de recueillir le plus de réponses possibles, toutes les questions sur le questionnaire en ligne ont été rendues obligatoires à l'exception de celle portant sur l'adresse (permettant d'avoir notamment une donnée sur les répondants qui résidaient en zones de revitalisation rurale ou en quartiers prioritaires de la politique de la ville). Pour les répondants papier, il n'était pas possible de contrôler l'effectivité des réponses à tous les items¹⁷.

Afin de constituer une base de données consolidée, nous avons fusionné les réponses des répondants des différents canaux (en ligne, papier, téléphone), et fait un premier tri permettant d'éliminer les questionnaires non terminés ou trop peu remplis. Nous avons un total de 1 348 réponses tous supports confondus, parmi lesquelles nous avons retenu 1 327 réponses présentant suffisamment de réponses (taux de remplissage supérieur à 90%). Nous avons utilisé différents types de questions : des réponses par échelle et des réponses par catégorie.

Parmi les répondants, 79% (1 051) ont répondu au questionnaire en ligne, et 21% (276) sur papier. L'option téléphonique n'a pas été mobilisée, le nombre de profils ayant donné leur numéro de téléphone étant très faible (moins de 10). Les profils de répondants sont différenciés en fonction du canal par lequel ils ont répondu, les questionnaires papier ayant vraisemblablement permis de toucher les publics les plus éloignés du numérique.

Précautions méthodologiques

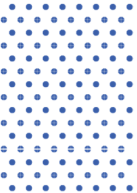
Compte tenu de la méthode de passation, reposant sur le bénévolat de conseillers numériques qui ont transmis le questionnaire à leurs publics, nous ne pouvons pas exclure que le recrutement des répondants comporte un biais. Les conseillers numériques ont pu, consciemment ou inconsciemment, sélectionner des publics qu'ils connaissaient mieux, par exemple ceux qui sont venus à un grand nombre de séances d'accompagnement, entraînant la surreprésentation de ces profils au sein de l'échantillon.

La représentativité de l'échantillon ne peut être mesurée par rapport à une population de référence autre que la population nationale. Il n'existe aujourd'hui pas d'enquête statistique spécifique portant sur les publics de la médiation numérique. Nous ne sommes donc pas en mesure d'établir si notre échantillon de répondants est représentatif des publics des conseillers numériques, ou plus largement des publics de la médiation numérique.

Dans cette étude, nous ne mettons pas en regard les effets de la médiation numérique et les profils de conseillers numériques. En effet, les questionnaires collectés n'avaient pas pour objectif de faire le lien

Notes

¹⁷ Les bases de répondant diffèrent de fait légèrement entre les questions.



entre un répondant et le conseiller numérique l'ayant accompagné. Bien que cet aspect ne soit pas abordé dans notre enquête, il serait précieux de réaliser des travaux visant plus précisément à caractériser les types d'effets de la médiation en fonction des profils de médiateurs.

Un des enjeux de l'étude était de proposer un questionnaire court, facilement compréhensible et accessible par les publics des conseillers numériques. Ainsi la question du sentiment de compétence, qui est par nature complexe et multidimensionnelle, a été ici réduite à quelques variables qui nous ont paru essentielles, mais qui mériteraient d'être approfondies, notamment via des méthodes d'enquête qualitatives.

Enfin, le parti pris du questionnaire est d'explorer le ressenti des usagers face au numérique. Toutes les données recueillies se basent uniquement sur du déclaratif, mettant l'accent sur l'impact des accompagnements sur le sentiment de compétence, et non sur une montée en compétence factuelle, qui aurait été objectivée et observée, par exemple à l'aide de tests comme Pix¹⁸.

PLAN DU RAPPORT

Ce rapport est organisé en quatre parties. Les trois premières parties ont pour objectif de présenter les données du questionnaire qui répondent aux questions suivantes : Qui sont les publics de la médiation numérique ? (Chapitre 1) A quoi ressemblent leurs parcours de médiation ? (Chapitre 2) Quels effets de ces parcours sur le rapport au numérique des publics ? (Chapitre 3). Enfin, la quatrième partie (Chapitre 4) présente une typologie des bénéficiaires de la médiation numérique qui permet de faire apparaître quatre grands profils de publics.

Notes

¹⁸ Pix est une plateforme en ligne d'évaluation et de certification des compétences numériques. C'est un service public constitué en groupement d'intérêt général (GIP) dont les membres sont différents représentants de l'Etat.

CHAPITRE 1. LES PUBLICS DE LA MEDIATION NUMERIQUE

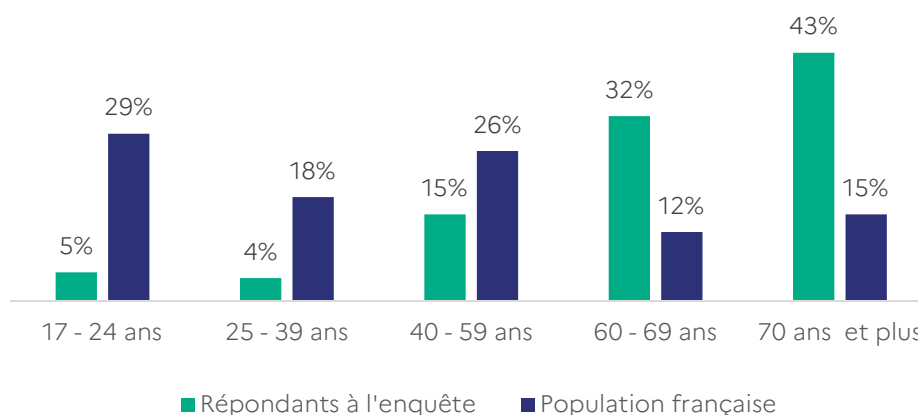
Les publics de la médiation numérique sont à ce jour peu connus de manière précise. Nous dressons dans la partie ci-dessous le portrait socio-démographique des publics, et proposons d'aborder leur rapport au numérique suivant les différentes focales que sont l'accès aux outils numériques, la maîtrise de ces outils, et la capacité des publics à mobiliser ces outils et compétences dans différents types de contextes et à différentes fins. En complément de ces axes classiques d'analyse de l'éloignement numérique, nous proposons d'y ajouter une variable subjective portant sur l'aisance ressentie face au numérique par les publics de la médiation numérique.

QUI SONT LES BENEFICIAIRES DES CONSEILLERS NUMERIQUES ?

Une prédominance des publics de plus de 60 ans

Les répondants à l'enquête sont très majoritairement des personnes de plus de 60 ans : seul un quart d'entre eux (24%) ont moins de 59 ans. Par rapport à la population générale, les publics de plus de 60 ans sont présents en plus grande proportion au sein de notre échantillon.

Graphique 1 - Âge des répondants¹⁹ (n=1322)



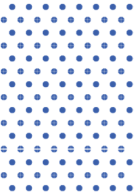
Cette structure d'échantillon est cohérente avec les observations de terrain réalisées en amont de la diffusion du questionnaire et avec les éléments remontés au sein du Programme national de recherche portant sur le dispositif Conseiller numérique²⁰. Pour autant, les catégories les plus jeunes sont sous-représentées dans notre échantillon par rapport à la population habituelle des conseillers numériques²¹ : les 18-35 ans représentent 8% de l'échantillon des répondants contre 10% recensés au niveau national, et les 12-18 ans représentent moins de 1% de notre échantillon, notamment du fait du mode de passation

Notes

¹⁹ Insee, estimation de la population française 2022

²⁰ Mazet, Pierre (2023). *Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. Synthèse des résultats d'étape de l'enquête quantitative du programme national de recherche*. Rapport du centre de recherche d'Askoria pour l'ANCT

²¹ Chiffres disponibles sur le site des conseillers numériques : https://metabase.conseiller-numerique.gouv.fr/public/dashboard/446208c4-cae2-4c0c-be19-44cb14ce7d06?en_date_du=2024-06-25



de l'enquête, contre 5% au niveau national. Même si les publics des conseillers numériques sont généralement plus âgés que la population nationale, notre échantillon semble particulièrement surreprésenter les publics les plus âgés²².

L'âge est souvent évoqué comme un élément déterminant du rapport au numérique des individus, en partant du principe que les jeunes sont des « natifs du numérique »²³, donc peu susceptibles de solliciter des accompagnements sur le numérique, et que les seniors sont « par nature » en difficulté avec les technologies numériques. Ces idées reçues masquent de grandes hétérogénéités au sein de ces populations. Chez les seniors, ce qui se joue dans le rapport au numérique est surtout lié à **un effet générationnel**²⁴, au-delà du seul vieillissement. En effet, les « jeunes retraités » de nos jours en France sont davantage connectés que ceux 10 ans auparavant²⁵. Certaines personnes sont nées à une époque où internet n'existait pas, et n'ont connu l'arrivée des outils numériques que tardivement dans leur vie²⁶. Ils ont de fait été moins socialisés aux usages de ces outils, et sont donc moins susceptibles de se les être appropriés. De fait, c'est parmi la génération des 70 ans et plus que l'on retrouve la plus grande part de personnes non-internautes : en 2022, 37 % des personnes âgées de plus de 70 ans n'étaient pas internautes, contre seulement 4 % parmi les personnes âgées de 60 à 69 ans et 8 % sur l'ensemble de la population. Par ailleurs, cette génération (70 ans et plus) compte un plus grand nombre de personnes non diplômées, n'ayant pas connu le phénomène de massification scolaire dont les générations suivantes ont bénéficié. Enfin, chez les jeunes, les pratiques sont très hétérogènes : malgré une forte exposition à Internet, leurs usages peuvent être très segmentés (réseaux sociaux, contenus vidéo ...) et socialement situés, avec une forte dépendance aux pratiques de leurs parents²⁷. De fait, si les jeunes semblent pour le moment moins touchés par l'offre des conseillers numériques, cela ne signifie pas une absence de besoin d'accompagnement sur le numérique. Réussir à toucher ces publics potentiels relève d'une politique spécifique, qui peut notamment se fonder sur des partenariats renforcés avec des acteurs de terrain. Notre enquête, nous le verrons plus tard, montre plusieurs types de profils et de rapports au numérique au sein des populations les plus jeunes et les plus âgées.

En lien avec la prépondérance de personnes de plus de 60 ans parmi les publics, **la part des personnes en activité est faible** dans notre échantillon. La majeure partie du public répondant est à la retraite (70%). La population active (en recherche d'emploi ou emploi) représente un peu moins d'un quart des répondants (23%).

Notes

²² Nous avons comparé notre population aux données remontées par les conseillers numériques via leurs comptes rendus d'activité. Au sein de ces données, la proportion de personnes de plus de 60 ans est autour de 50%, contre 75% dans notre échantillon. Et pour les populations les plus jeunes, les comptes rendus font apparaître environ 8% de personnes de moins de 12 ans, population absente de notre échantillon, notamment du fait du mode de passation.

²³ ANCT. (2023), La société numérique française : définir et quantifier l'éloignement du numérique. *op.cit.* p.46

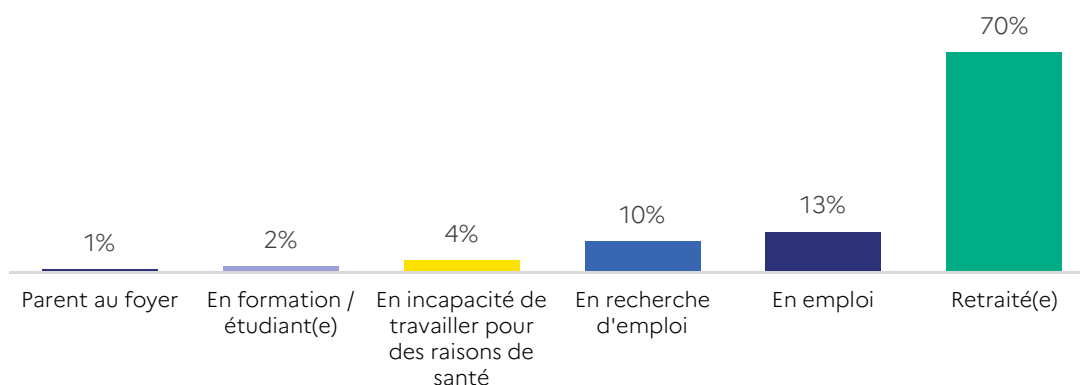
²⁴ ANCT. (2023), La société numérique française : définir et quantifier l'éloignement du numérique. *op.cit.*

²⁵ Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, 2023

²⁶ Pasquier, D. (2022). Le numérique à l'épreuve des fractures sociales. *Informations sociales*, 205, 14-20

²⁷ Scheerder, J.A. et al (2019). Internet use in the home: Digital inequality from a domestication perspective, *New Media & Society*, volume 21, number 10, pp. 2,099–2,118.

Graphique 2 - Situation par rapport à l'emploi (n=1291)

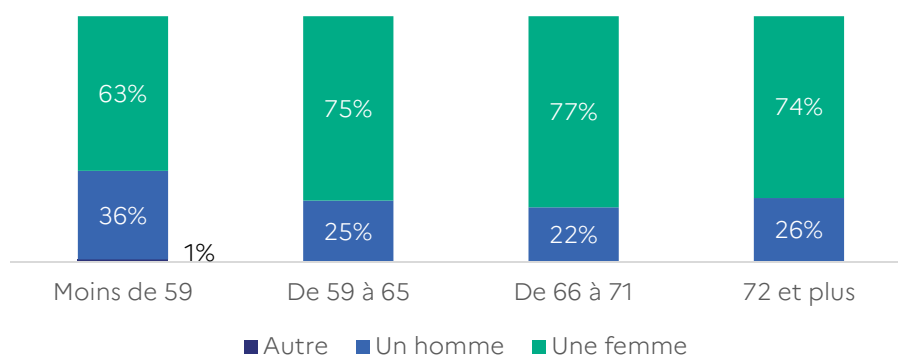


Au-delà de l'effet de génération précité, qui constitue les personnes retraitées comme un public privilégié de la médiation numérique (mais pas le seul), leur présence massive au sein des accompagnements des conseillers numériques s'explique aussi plus pragmatiquement par leur plus grande disponibilité. Ces publics sont susceptibles de s'emparer de ce type d'offre de médiation aussi parce qu'elles ont des emplois du temps plus compatibles avec les horaires proposés par les conseillers numériques²⁸. Les ateliers des conseillers numériques sont ouverts à tous : les publics ne sont pas forcément ciblés, tout un chacun peut venir pour bénéficier d'un accompagnement. Si certains conseillers numériques mettent en place des démarches d'aller-vers, les publics les plus prompts à se saisir de leurs offres d'accompagnement semblent être des publics relativement disponibles, qui auraient identifié un besoin d'accompagnement sur le numérique.

Un public très largement féminin

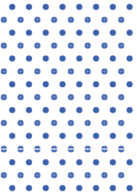
Les femmes sont très majoritaires parmi les répondants (72%), et la part des femmes croît à mesure que l'on se situe dans les tranches d'âge plus élevées. Ainsi, chez les moins de 40 ans, la répartition entre hommes et femmes est de 45% contre 54%, tandis que chez les plus de 60 ans, les femmes représentent trois quarts des publics. Cette féminisation plus marquée des publics âgés peut être imputée en partie à une espérance de vie plus longue des femmes par rapport aux hommes.

Graphique 3 - Genre des répondants (n=1256)



Notes

²⁸ Mazet, P., Pédrot, F., Lecollinet, L., & Sorin, F. (2021). *Lieux et acteurs de la médiation numérique. Quels impacts des demandes d'aide e-administrative sur l'offre et les pratiques de médiation ?* (Doctoral dissertation, LABACCES) p. 32

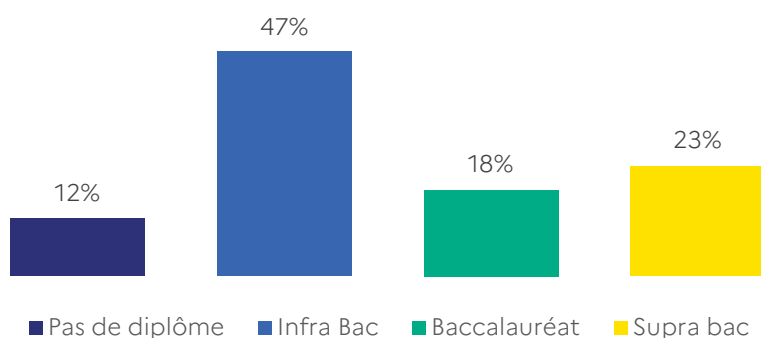


La variable genre apparait tout au long de notre enquête comme un facteur différenciant dans le rapport au numérique. En particulier, cette dimension joue fortement sur le rapport subjectif au numérique : les femmes se disent significativement moins à l’aise avec le numérique avant les accompagnements que les hommes répondants. Ce résultat va dans le sens d’enquêtes²⁹ menées sur le rapport des femmes au numérique, qui mêlent un éloignement effectif (plus de femmes non-internautes) à une sous-estimation de leurs compétences et usages.

Des publics peu diplômés

Les répondants sont peu diplômés : 59% d’entre eux n’ont pas le niveau baccalauréat. Le niveau d’étude des publics est moins élevé qu’en population générale : en France, en 2019, 49% des plus de 25 ans avaient un diplôme supérieur ou égal au baccalauréat, contre 41% des individus de notre échantillon – soit huit points de plus³⁰.

Graphique 4 - Niveau de diplôme des répondants (n=1300)



Ce constat est à mettre en perspective avec la structure d’âge des publics des conseillers numériques. Avec le développement de l’enseignement secondaire, puis supérieur, le taux de diplôme de la population française augmente de génération en génération. Ainsi, le fait que les répondants soient majoritairement âgés de plus de 60 ans pourrait expliquer des taux de diplôme plus faibles. Néanmoins, lorsque l’on prend le quart le plus jeune de l’échantillon, soit les moins de 59 ans, la part des répondants ayant un diplôme supérieur ou égal au bac est de 41%, ce qui reste inférieur au niveau de la population générale (48%). Il semble donc que les conseillers numériques parviennent à toucher une population en moyenne moins dotée en capital culturel (dont le diplôme, qui en est la forme institutionnalisée, fournit un bon indicateur³¹), plus susceptible de présenter de faibles niveaux d’appropriation des outils numériques³².

Notes

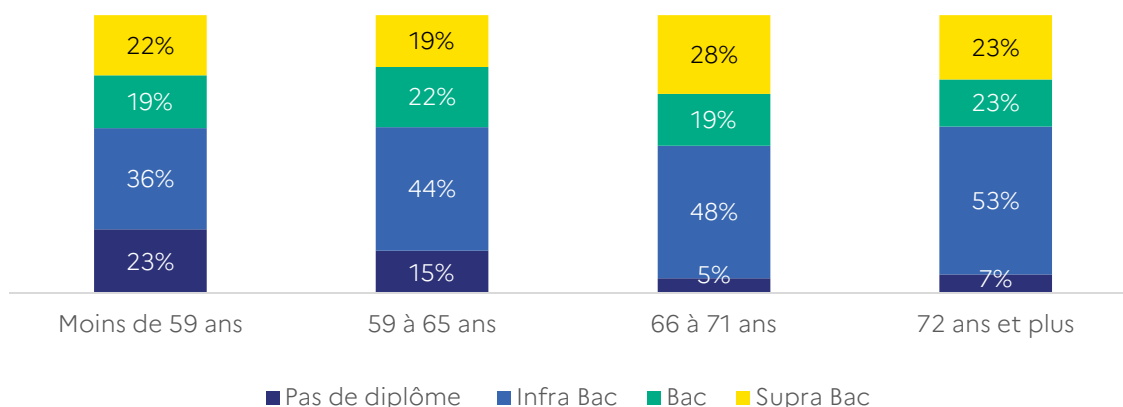
²⁹ Arcep/Crédoc (2023) Baromètre du numérique. *op.cit.*, & Hargittai et Shaw, 2015 ; Van Deursen, A., Helsper, E. et Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS), *Information, Communication & Society*, volume 19, number 6, pp. 804–823.

³⁰ Insee, enquête emploi 2019

³¹ Pour une exposition détaillée de la notion de capital culturel et de ses différentes formes, voir Bourdieu P., « Les trois états du capital culturel », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1979, n°30, pp.3-6.

³² Scheerder, J.A. et al (2019). Internet use in the home: Digital inequality from a domestication perspective, *New Media & Society*, volume 21, number 10, pp. 2,099–2,118.

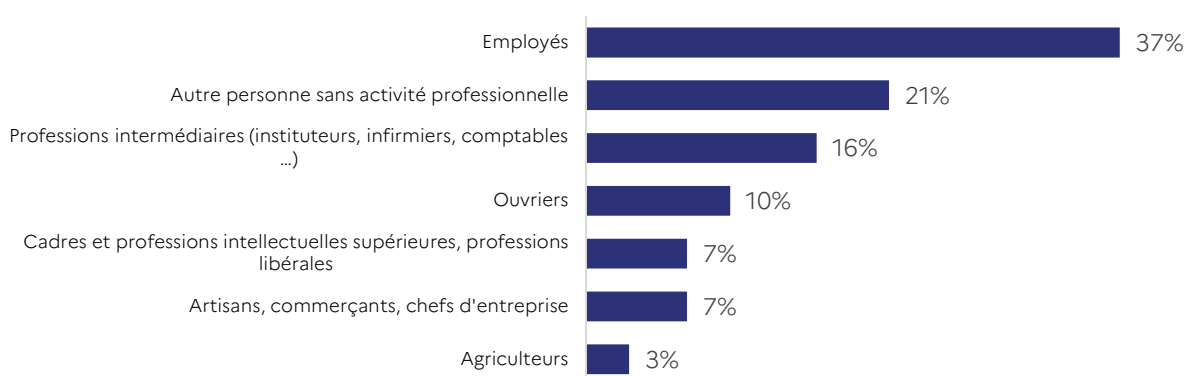
Graphique 5 - Niveau de diplôme par âge des répondants (n=1256)



Une forte présence de la catégorie socioprofessionnelle des employés, et une surreprésentation des ouvriers et agriculteurs

Parmi les professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) des publics, la **catégorie des « employés » est la plus représentée** : 37% des personnes exercent ou ont exercé une fonction ou un emploi correspondant à cette catégorie. Les autres personnes sans activité professionnelle arrivent en seconde position (21%), et recouvrent notamment les personnes « au foyer », et les personnes à la recherche de leur premier emploi.

Graphique 6 - Professions et catégories socioprofessionnelles des répondants (n=1291)

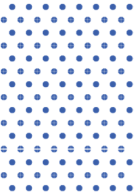


D'un côté, les agriculteurs et ouvriers sont plus présents parmi les répondants que parmi la population générale, tandis que les cadres et professions intellectuelles supérieures sont significativement moins présents parmi les publics des conseillers numériques (7%) que parmi la population générale³³. Le lien entre catégorie socio-économique et éloignement du numérique a été souligné dans plusieurs travaux³⁴ : les personnes appartenant à une catégorie socioprofessionnelle moins favorisée, et moins dotée en capital culturel, sont plus susceptibles d'avoir des pratiques numériques moins intensives, mais également moins diversifiées. La médiation numérique parvient donc bien à toucher ces publics a priori plus éloignés du numérique.

Notes

³³ Insee 2019, les cadres représentent 19% des personnes en emploi. Toutefois, cette part a fortement augmenté depuis les années 1980. Ils étaient 8% en 1982, et 14% en 2010. La sous-représentation de cette catégorie est donc à nuancer en prenant en compte la structure d'âge de l'échantillon.

³⁴ Yates, S. et Lockley, E. (2018). Social media and social class, *American Behavioral Scientist*, volume 62, number 9, pp. 1,291-1,316



Une majorité de bénéficiaires issus de territoires périurbains et ruraux

Alors que la population urbaine représente 67% de la population nationale³⁵, elle ne représente que 43% de l'échantillon de l'enquête. La part d'habitants de territoires ruraux (32,6%) est en revanche bien plus élevée qu'au niveau national (13,7%).

Tableau 3 - Répartition des répondants par type de territoire (n=1327)

Typologie de l'INSEE	Répartition de la population nationale (Insee 2017)	Répartition de l'échantillon de répondants
Rural	14%	33%
Périurbain (rural sous influence d'un pôle urbain)	19%	23%
Urbain	67%	44%
Total	100%	100%

Cette proportion importante de population rurale au sein de l'échantillon peut être expliquée par deux facteurs. Le premier est lié au dispositif conseillers numériques, qui, dans un souci de maillage territorial, a été en priorité déployé sur des territoires peu dotés en offre de médiation numérique, notamment les territoires ruraux. Le second facteur est lié au risque d'éloignement du numérique qui demeure plus important pour les habitants des territoires ruraux. Ces derniers sont en effet nettement plus susceptibles de ne pas être internautes que les habitants de communes de plus de 100 000 habitants³⁶. Cette territorialisation de la fragilité numérique est elle-même multifactorielle : elle s'explique également par la présence de population plus âgées et moins diplômées sur ce type de territoire³⁷. Ces publics pourraient donc être plus en demande, du fait de la rareté de l'offre de médiation numérique mais aussi du fait d'une plus grande vulnérabilité numérique.

Notes

³⁵ Insee, recensement de la population 2017, selon la nouvelle définition de la ruralité, présenté dans « La France et ses territoires », Insee Références, édition 2021.

³⁶ Arcep/Crédoc, Baromètre du numérique. *Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, édition 2022.

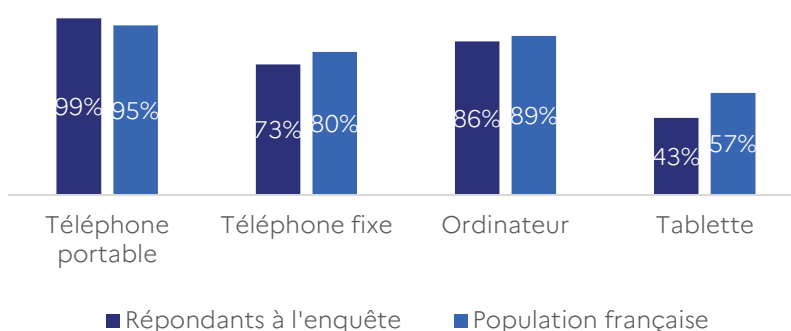
³⁷ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. *op.cit.*, p. 47 encadré 4.

DES PUBLICS GLOBALEMENT BIEN EQUIPES

Un léger sous-équipement en tablettes

Les publics des conseillers numériques sont légèrement moins équipés que la population nationale en téléphone fixe et en tablette. Les différences sont moins présentes pour ce qui concerne les téléphones portables et les ordinateurs, qui constituent aujourd'hui les appareils les plus répandus au sein de la population française.

Graphique 7 - Equipement des publics par type d'appareil³⁸



Les différentes enquêtes³⁹ portant sur le taux d'équipement des français soulignent l'effet de l'âge : les personnes plus âgées sont en moyenne moins équipées. Ces disparités se concentrent sur certains appareils, comme l'illustre le cas de la tablette : 70% des 18-24 ans en possèdent une, contre 38% chez les plus de 70 ans. En ce sens, compte tenu de la structure d'âge de l'échantillon de répondant, **les publics des conseillers numériques ne sont pas dans une situation de « fracture numérique »**, au sens où ils ont un accès aux appareils relativement similaire à la population nationale. De même, la grande majorité (87%) a une connexion internet à domicile, ce qui est équivalent aux taux relevés par les enquêtes portant sur le sujet⁴⁰.

Ceci étant dit, comme souligné par la recherche développée par l'ANCT, le CREAD, le CREDOC et le GIS M@rsouin sur l'éloignement du numérique, l'approche par le niveau d'équipement et par l'accès à une connexion internet est aujourd'hui insuffisante pour analyser l'éloignement du numérique. Aujourd'hui, 9 Français sur 10⁴¹ sont internautes. Les niveaux d'équipement et de connexion ont en effet connu une forte croissance, et cette approche ne permet pas d'aborder les usages réels fait des appareils à disposition. **Ainsi, même si les publics des conseillers numériques ne sont pas dans une situation de « fracture numérique », cela ne signifie pas qu'ils ne sont pas éloignés du numérique.**

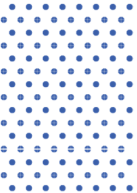
Notes

³⁸ Arcep/Crédoc (2023), Baromètre du numérique. *op.cit.*

³⁹ GIS M@rsouin, *Enquête Capuni*, 2019 & Arcep/Crédoc (2023) Baromètre du numérique. *op.cit.*

⁴⁰ Les taux varient en fonction des enquêtes, mais reste assez similaires : 85% pour le baromètre du numérique 2019, et 89% pour l'enquête Capuni 2019.

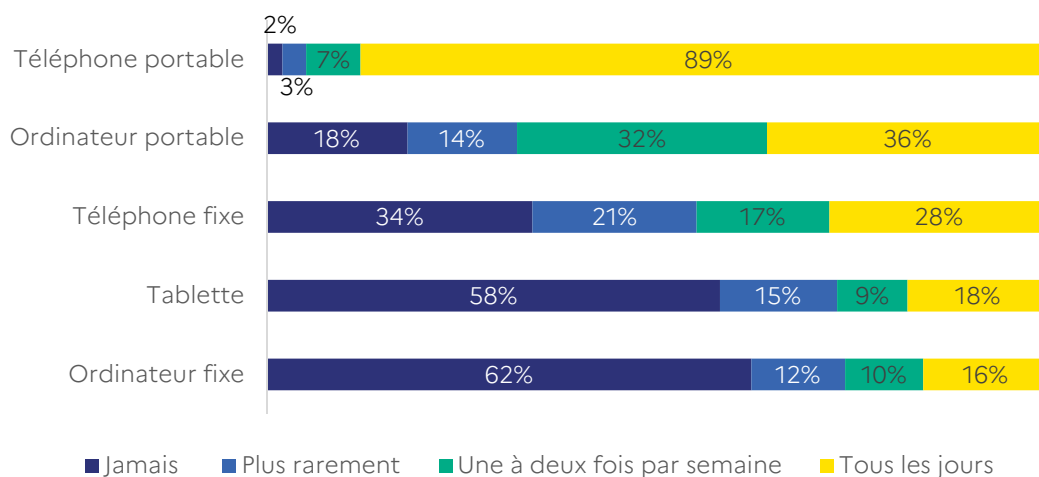
⁴¹ Arcep/Crédoc (2023), Baromètre du numérique. *op.cit.*



Des recours différenciés aux équipements en fonction de l'âge, du niveau de diplôme et du genre

Au-delà de la possession des appareils, il est donc important de s'intéresser à l'usage effectif des appareils par les publics de notre échantillon. La fréquence d'usage de ces appareils est fortement influencée par les variables socio-démographiques comme l'âge, le sexe et le niveau de diplôme.

Graphique 8 - Fréquence d'usage par appareil



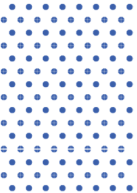
- **L'âge.** Parmi les répondants, les personnes âgées utilisent davantage l'ordinateur portable que les plus jeunes. En miroir les répondants les plus jeunes sont les plus susceptibles d'utiliser leur téléphone portable tous les jours, et sont ceux qui utilisent le moins les ordinateurs fixes et portables.
- **Le niveau de diplôme.** Au sein de l'échantillon, l'usage de l'ordinateur semble **plus fortement influencé par le niveau d'étude** : les usagers de l'ordinateur portable et fixe sont très significativement sous-représentés parmi les répondants ne disposant d'aucun diplôme. Cela va dans le sens de la littérature sur le sujet, qui souligne que les ordinateurs sont bien plus mobilisés par les catégories sociales favorisées⁴².
- **Le genre.** Le genre est également un facteur différenciant quant aux usages des équipements numériques. Au sein de l'échantillon, les femmes sont surreprésentées dans les usages réguliers de la tablette et du téléphone fixe, tandis que les hommes sont plutôt surreprésentés dans les usages d'ordinateur fixe. Certaines études appuient l'importance de ces rapport différenciés au numérique, notamment par rapport à l'usage de l'ordinateur, que les femmes ont tendance à moins privilégier⁴³ et à trouver plus anxiogène⁴⁴.

Notes

⁴² Arcep/Crédoc (2023), Baromètre du numérique. *op.cit.*

⁴³ Colley & Comber, 2003 dans Bonnot, V., Boulc'h, L., & Delgoulet, C. (2013). Usage des outils informatiques et des plateformes d'enseignement par les étudiants : le rôle du stéréotype de genre. *L'orientation scolaire et professionnelle*, (42/4).

⁴⁴ Cooper J. & Weaver K.D. (2003) *Gender and Computers: Understanding the Digital Divide*. Erlbaum Associates, Mahwah, NJ



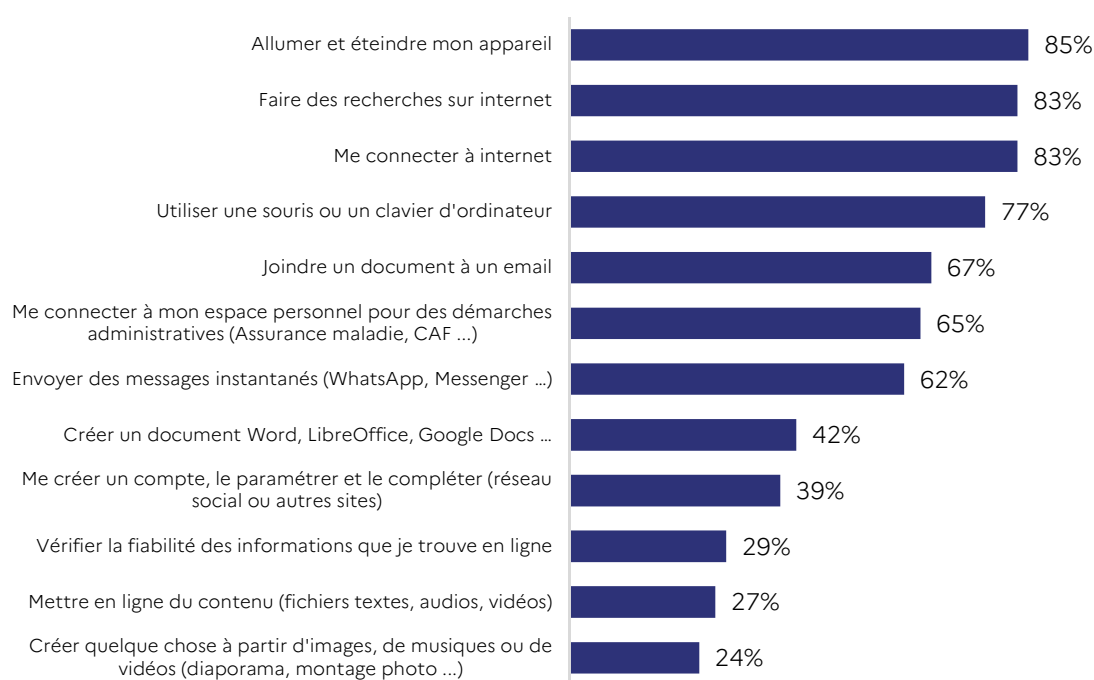
COMPETENCES NUMERIQUES ET DOMAINES D'USAGE

Afin de compléter les analyses précédentes, qui adoptaient le prisme de l'équipement et des usages des appareils numériques, nous présentons ci-dessous une analyse portant sur les compétences⁴⁵ numériques des publics, afin de tenter d'approfondir leur caractérisation et d'éclairer leur rapport au numérique.

Des niveaux de compétence variables, liés à la génération

Pour mesurer les compétences numériques des publics, nous avons adopté l'approche de l'enquête Capacity⁴⁶, qui vise à interroger les publics sur les actions qu'ils se sentent capables de réaliser avec le numérique⁴⁷. Le choix fait ici est de mettre l'accent sur la perception des individus de leur capacité à réaliser telle ou telle action, plutôt que de se fonder sur les usages déclarés (avez-vous effectué cette action dans le mois passé ?). Cette approche permet d'adopter une compréhension plus large des compétences, qui passe non pas par les usages effectifs mais par le positionnement subjectif des individus par rapport à une grande variété de tâches.

Graphique 9 - Actions que les publics se sentent en mesure d'effectuer (n=1308)



La majeure partie des répondants ont le sentiment de pouvoir réaliser la plupart des actions techniques⁴⁸, assimilables aux compétences « de base », soit ici « allumer et éteindre son appareil », « faire des

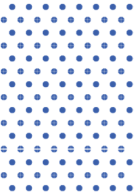
Notes

⁴⁵ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. op.cit. op.cit.Chapitre 1. Ce chapitre retrace les différentes focales que l'on peut adopter pour caractériser l'éloignement du numérique, que l'on documente ici.

⁴⁶ M@rsouin, (2017) Enquête Capacity sur les usages du numérique des Français.

⁴⁷ Plutôt que de leur demander les actions qu'ils ont réalisées dans les semaines passées, comme c'est le cas dans de nombreuses études sur les usages numériques

⁴⁸ Hatlevik, Ottestad, Throndsen (2015) *Predictors of digital competence in 7th grade : A multilevel analysis*, Journal of Computer Assisted Learning, 31 (3), p. 220-231



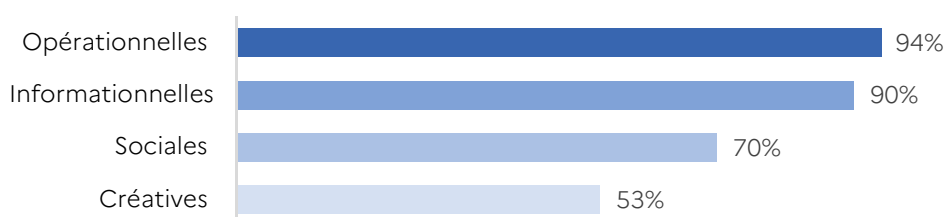
recherches sur internet », « me connecter à internet ». Néanmoins, parmi les publics des conseillers numériques, une partie non négligeable (15%) des répondants n'estiment pas maîtriser l'allumage et l'extinction de leur appareil, indiquant par là un éloignement de fait des usages numériques.

A l'autre extrémité, près d'un quart des publics se sent capable de « créer quelque chose à partir d'image, de musique ou de vidéo » ou de « mettre en ligne du contenu ». **Au global, les publics des conseillers numériques semblent en partie se sentir à l'aise sur les compétences techniques de base, mais décrochent lorsqu'il s'agit d'usages créatifs ou stratégiques plus poussés.**

Afin d'analyser les compétences des individus sous l'angle du type de compétences, nous avons mobilisé le référentiel utilisé dans l'enquête Capacity⁴⁹. Ce cadre distingue notamment :

- **Les compétences opérationnelles** : ces compétences sont nécessaires à l'usage et à la manipulation des appareils numériques (allumer, éteindre, usage de la souris, ouverture de fichier ...).
- **Les compétences informationnelles** : ces compétences sont liées à la recherche d'information et de contenu en ligne.
- **Les compétences sociales** : ces compétences sont celles ayant trait aux échanges avec d'autres personnes via une interface numérique, le partage de contenu personnel (notamment sur les réseaux sociaux).
- **Les compétences créatives** : ces compétences sont celles propres à la création et l'édition de contenu (montage, diaporama ...) et à leur diffusion⁵⁰.

Graphique 10 - Type de compétence des répondants (n=1308)



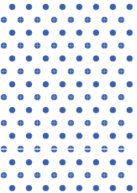
Les actions que les publics se sentent le plus capables de faire sont les actions qui requièrent des compétences « opérationnelles », c'est-à-dire les compétences nécessaires à un usage effectif d'un appareil numérique. A ce titre, les publics qui viennent aux accompagnements ont déjà une première base de compétences liée à la manipulation technique. De même, les compétences informationnelles sont assez répandues (90%), indiquant que les publics sont également des internautes déjà initiés. Au contraire, les compétences sociales et créatives sont plus différenciantes, car présentes chez une partie moins importante de publics.

La répartition des compétences est influencée par l'âge, indice d'un effet de génération. Les personnes les plus jeunes ont davantage développé que leurs aînés les compétences créatives et sociales. La répartition des types de compétences est en revanche moins liée au genre ou au niveau d'études.

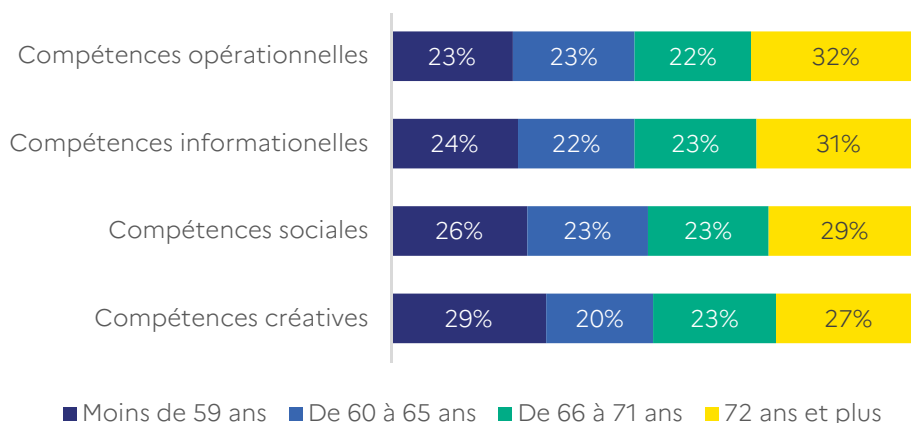
Notes

⁴⁹ Référentiel de Van Deursen et. al

⁵⁰ Ce cadre contient initialement cinq catégories, comprenant notamment une catégorie spécifique aux compétences mobiles, que nous avons choisi de ne pas conserver ici.



Graphique 11 - Type de compétences en fonction de l'âge (en quartile) (n=1240)



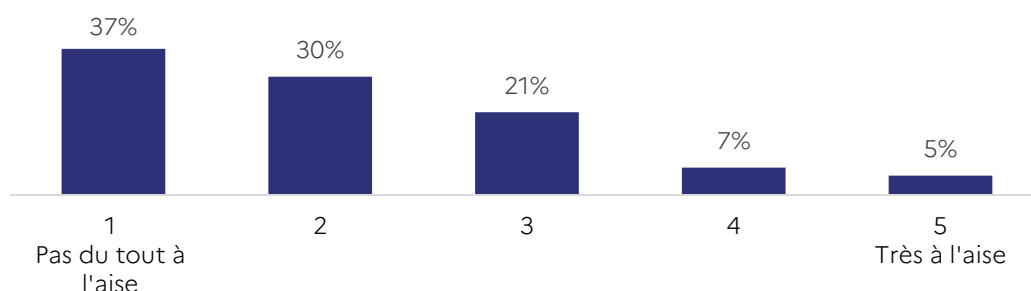
Note de lecture : « Parmi les personnes qui ont coché au moins une compétence opérationnelle, 23% ont moins de 59 ans »

Des publics qui se sentent peu à l'aise avec le numérique

Afin de compléter l'analyse du rapport au numérique des publics, en s'intéressant à la dimension subjective, nous avons introduit une question permettant de saisir l'aisance des publics avec le numérique. Nous leur avons demandé : « avant votre accompagnement, comment vous sentiez-vous avec le numérique ? » en leur proposant une échelle allant de 1 – « pas du tout à l'aise » à 5 – « très à l'aise ».

La majeure partie des publics déclare un rapport au numérique pré-accompagnement caractérisé par un réel inconfort : plus de la moitié déclarent une valeur de 1 - « pas du tout à l'aise » ou 2. Seule une minorité des répondants (12%) se situe à 4 ou 5 – « très à l'aise » avec le numérique avant les accompagnements.

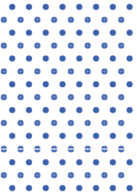
Graphique 12 - Degré d'aisance avec le numérique exprimés par les publics avant accompagnement (n=1319)



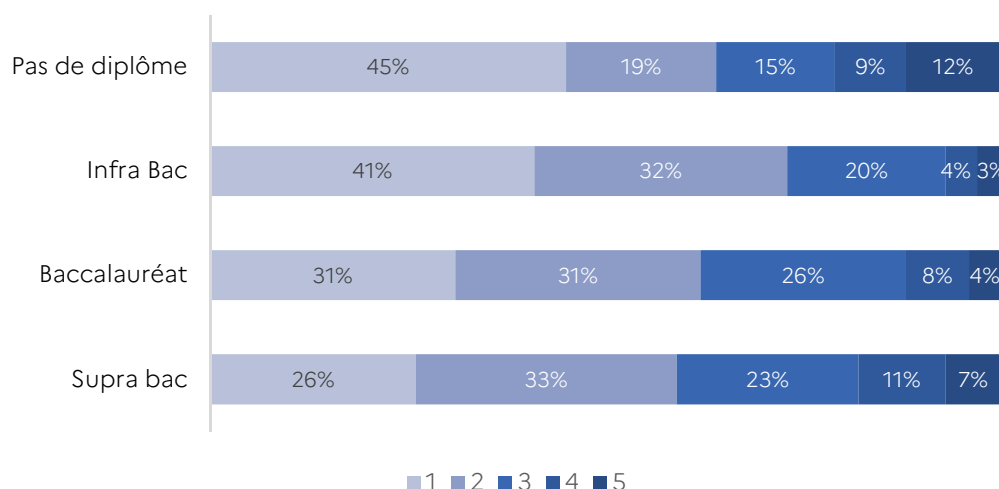
Le sentiment d'aisance est fortement lié au niveau de diplôme : au sein de l'échantillon, les diplômés du supérieur sont en moyenne plus à l'aise avec le numérique que les autres publics. Ils sont presque deux fois moins que les non diplômés à répondre qu'ils n'étaient pas du tout à l'aise avec le numérique avant leur accompagnement (26% contre 45%). Le niveau de diplôme peut ici être saisi comme un indicateur synthétique du capital culturel dont sont dotés les individus, c'est-à-dire l'ensemble des ressources cognitives, informationnelles et symboliques que les individus sont en mesure de mobiliser et d'investir dans différentes pratiques, en particulier numériques. En effet, la littérature sur le sujet signale que le niveau de diplôme est très lié au degré d'appropriation des outils numériques⁵¹.

Notes

⁵¹ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. *op.cit.* p.50



Graphique 13 – Niveau d’aisance des publics avant leur accompagnement en fonction du diplôme (n=1294)



La variable âge influe également fortement sur le sentiment d’aisance, indiquant là aussi un effet de la génération sur le rapport au numérique : alors qu’un tiers (33%) des plus jeunes⁵² se déclarent « à l’aise » (4 ou 5) avec le numérique, seulement 6% des plus de 60 ans se positionnent sur ces modalités. Les jeunes se déclarent en moyenne plus à l’aise, et cela se superpose avec la variable de diplôme au sein de notre échantillon. Les répondants les plus jeunes sont surreprésentés parmi les répondants n’ayant pas de diplôme, ce qui explique en partie la part relativement importante de répondants très à l’aise au sein de la catégorie de non-diplômés. **Néanmoins, parmi les jeunes, il existe de fortes disparités d’aisance** : presque un quart (22%) des moins de 59 ans se déclarent « pas du tout à l’aise » (1) avec le numérique, ce qui souligne les limites de l’analyse générationnelle pour qualifier le rapport au numérique des jeunes.

Enfin, comme mentionné précédemment, les femmes se sentent significativement moins à l’aise avec le numérique avant de bénéficier des accompagnements de conseillers numériques : la moyenne de leur note est de 2,08 contre 2,3 pour les hommes. En plus d’inégalités d’accès effectif au numérique, l’écart de perception de soi existant entre homme et femmes influence notamment la capacité des femmes à se déclarer « expertes »⁵³ : dans l’échantillon, elles sont beaucoup moins susceptibles que les hommes de se noter à 5 – « très à l’aise ».

Le numérique, un outil de lien social

Le dernier angle d’approche que nous proposons afin de caractériser le rapport au numérique des publics des conseillers numériques est celui de l’approche par les capacités. Cette approche consiste à s’intéresser non plus aux compétences des usagers, mais à leurs usages en situation réelle, en prenant en compte la capacité du numérique à améliorer concrètement la vie d’une personne ou d’un groupe. Afin de sonder les raisons pour lesquelles les répondants utilisent le numérique dans leur quotidien, nous nous sommes basés sur la toile des capacités, développée par la Mednum et l’Agence nouvelle des solidarités actives⁵⁴ (présentée p.10), qui propose différents grands domaines, recouvrant la diversité des usages possibles.

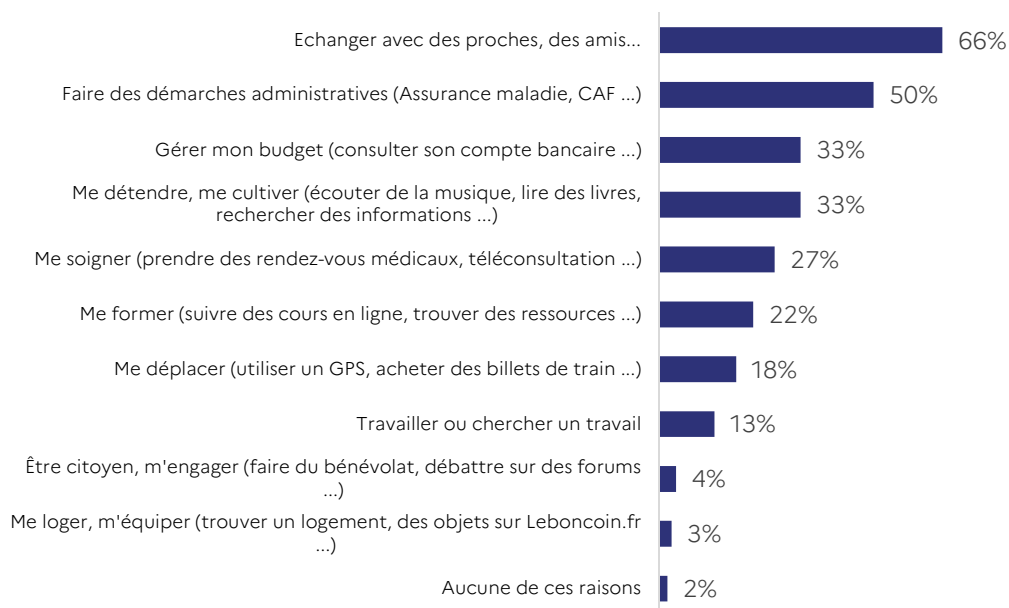
Notes

⁵² Les moins de 59 ans

⁵³ Cordier, A. (2016b). Pratiques translittéraciques juvéniles et imaginaires croisés d’acteurs : Une question de genre ? Revue de Recherches en Littérature Médiatique Multimodale, n°4, décembre 2016.

⁵⁴ Mednum, Agence nouvelle des solidarités actives (2022) *La toile des capacités, op.cit.*

Graphique 14 - Principaux domaines d'usage du numérique pour les répondants (n=1307)



Pour les répondants, **le premier motif d'utilisation du numérique est l'interaction sociale** : 66% des répondants indiquent que « échanger avec des proches, des amis ... » fait partie de l'une des trois raisons principales pour lesquelles ils utilisent le numérique.

La seconde raison d'usage du numérique la plus citée par les publics est la réalisation de démarches administratives, confirmant la place croissante de ce domaine dans les usages numériques des Français⁵⁵. Le fait de cocher les démarches administratives comme l'une des trois raisons principales d'usage du numérique indique notamment la place prise par ce type de tâches dans le quotidien, qui sont souvent difficiles, pénibles et contraintes. Et cela d'autant plus pour les populations les plus modestes, qui avaient auparavant davantage recours aux guichets des services publics⁵⁶, et qui doivent désormais faire face à la désintermédiation de leur relation aux administrations.

En 2022, le Baromètre du numérique enregistrait un recours aux démarches en ligne (e-administration) de 71%⁵⁷, avec une augmentation importante des difficultés rencontrées lors de ces démarches (54% des répondants expriment ces difficultés). Les démarches administratives en ligne restent un frein pour une partie importante des usagers, et peuvent susciter un besoin d'accompagnement spécifique (ce point fait l'objet de développements spécifiques dans la suite du rapport).

Enfin, deux autres types de domaines d'usages se démarquent : la dimension « loisirs » (me détendre, me cultiver ...) et ensuite les dimensions propres à la gestion du quotidien (gérer son budget, se soigner, se former, se déplacer...).

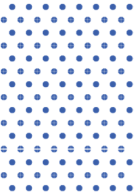
Les publics des conseillers numériques font état d'une diversité de domaines d'usage : seuls 8% des répondants indiquent n'utiliser le numérique que dans un domaine. Par ailleurs, **le nombre de domaines d'usage est corrélé au degré d'aisance avec le numérique**. Moins une personne est à l'aise avec le numérique, moins ses utilisations du numérique sont variées.

Notes

⁵⁵ Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, 2022. *op.cit.*

⁵⁶ Dubois, V. (2003), La vie au guichet, Paris, Economica, 2003

⁵⁷ Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, 2022. *op.cit.* Sur les 12 derniers mois

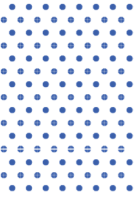


CONCLUSION DU CHAPITRE 1 – LES PUBLICS DE LA MEDIATION NUMERIQUE

Actuellement, les bénéficiaires des conseillers numériques sont plutôt âgés, peu diplômés, plus souvent des femmes, résidant dans des zones périurbaines ou rurales. Ils présentent toutes les caractéristiques socio-démographiques des publics aujourd’hui moins aguerris dans l’usage du numérique. Ils ressemblent aux publics éloignés du numérique décrits dans les différentes enquêtes nationales, et notamment le Baromètre du numérique.

S’ils ne sont pas moins équipés que la moyenne des Français (confirmant ainsi la fin de la « fracture numérique », comme non-accès aux équipements, comme grille de lecture prédominante des inégalités numériques), les bénéficiaires des conseillers numériques se décrivent pour autant comme étant très peu à l’aise avec le numérique. Ils disent maîtriser les compétences de base du numérique, même si parfois difficilement. Ils apparaissent comme relativement novices au regard de la manipulation des outils. Le numérique est avant tout pour eux un outil du lien social, pour échanger avec leurs proches et leurs amis. Mais c’est aussi une source de contrainte : pour la moitié des publics, les démarches administratives sont un des domaines d’usage principaux du numérique.

Pour autant, derrière les moyennes apparaissent une multitude de cas de figure, et une diversité de profils (représentatif d’un « halo » d’éloignés du numérique, pour reprendre le concept développé par le Crédoc, CREAD et GIS M@rsouin dans le programme de recherche pour l’ANCT). Des premières variables-clé apparaissent pour décrire des rapports différents au numérique parmi les publics des conseillers numériques : en particulier, la variable de la génération (et la socialisation aux outils numériques qui en résulte), et la variable du diplôme (comme indice d’un plus ou moins grand capital culturel, qui favorise un usage plus stratégique et bénéfique du numérique). Ces variables différenciantes vont également jouer sur ce que les personnes attendent des parcours de médiation numérique, et ce qu’elles en tirent.



CHAPITRE 2. LES PARCOURS DE MEDIATION NUMERIQUE

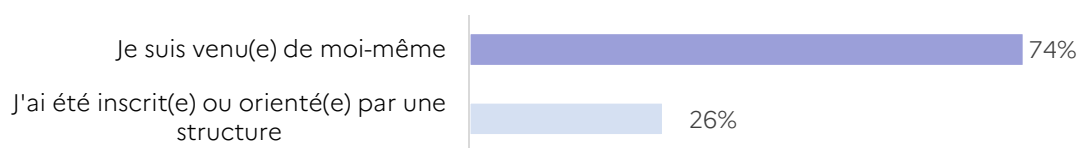
Les publics de la médiation numérique, et notamment des conseillers numériques, suivent des parcours très divers, que ce soit du point de vue de la forme de leur accompagnement (individuel, collectif ...) que de l'intensité de ces accompagnements (nombre de séances, durée, ...). Pour quelles raisons ces publics sollicitent-ils les conseillers numériques, et quelles formes prennent leurs parcours ?

COMMENT ET POURQUOI VIENNENT-ILS ?

Des publics qui viennent par eux-mêmes

La plupart (74%) des publics déclarent s'être rendus auprès d'un conseiller numérique d'eux-mêmes. Cela résonne avec les résultats du Programme national de recherche portant sur le dispositif conseiller numérique⁵⁸ qui souligne que les publics sont la plupart du temps autonomes dans leur venue plutôt qu'orientés par des partenaires ou acteurs extérieurs. Au sein de notre échantillon, ils sont un peu plus d'un quart (26%) à avoir été inscrits ou orientés par une structure, c'est-à-dire un acteur extérieur. L'orientation ou l'inscription des publics par un interlocuteur tiers concerne principalement la population active présente dans l'échantillon, et les répondants les plus jeunes.

Graphique 15 - Mode de recours aux conseillers numériques (n=1311)

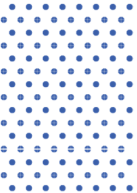


La venue autonome et l'inscription/orientation par un tiers relèvent de **deux logiques différentes en termes de recours à la médiation numérique**. La venue autonome suppose que la personne ait identifié une raison de venir voir le conseiller numérique, que ce soit dans une logique d'aide de court terme (débloquer une situation) et/ou d'apprentissage (intérêt pour le sujet). Dans le cas de l'orientation ou inscription par un tiers, il est possible que le diagnostic des besoins soit effectué par un acteur tiers, et que l'orientation soit plus ou moins contrainte⁵⁹.

Notes

⁵⁸ Mazet, Pierre (2023). *Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. Synthèse des résultats d'étape de l'enquête quantitative du programme national de recherche*. op.cit.

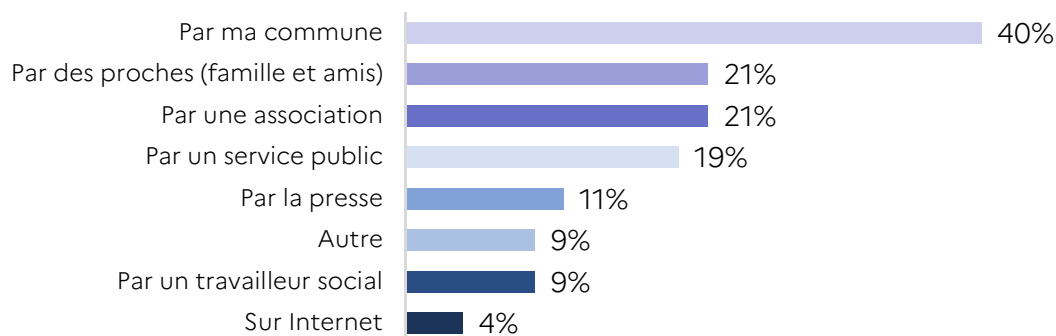
⁵⁹ Mazet, P., Pédrot, F., Lecollinet, L., & Sorin, F. (2021). *Lieux et acteurs de la médiation numérique. Quels impacts des demandes d'aide e-administrative sur l'offre et les pratiques de médiation ?*(Doctoral dissertation, LABACCES) p. 31



Les communes, premier relais vers les conseillers numériques

Qu'ils viennent par eux-mêmes ou qu'ils aient été orientés, les publics entendent parler de l'offre des conseillers numériques par plusieurs canaux différents. **Ils ont le plus souvent (40%) entendu parler des conseillers numériques par le biais de leur commune.**

Graphique 16 - Représentation graphique du canal d'information des publics (n= 1317)



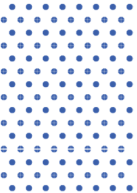
Les communes sont les principaux relais de l'offre des conseillers numériques, notamment car elles accueillent au sein de leurs locaux une grande partie des accompagnements proposés par les conseillers numériques⁶⁰, mais aussi car ce sont souvent les premiers interlocuteurs ou « guichets » de proximité auxquels les personnes s'adressent lorsqu'elles ont des demandes.

Au-delà des communes, les associations locales jouent également un rôle important dans l'information des publics : 21% des répondants ont entendu parler des conseillers numériques par ce biais. Lors des journées d'observation réalisées en amont de l'enquête, certaines personnes, notamment retraitées, avaient bénéficié des accompagnements de conseillers numériques via leur participation à une association locale, ou à un club (type « club du bel âge », « club de bridge » ...), où le temps de médiation faisait partie de la programmation.

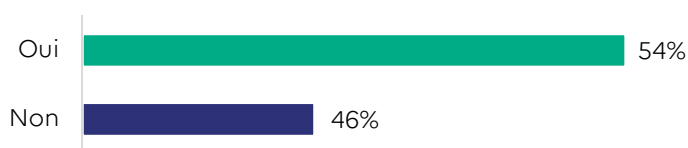
Les accompagnements des conseillers numériques sont relayés par un tissu institutionnel et associatif de proximité. Ils s'inscrivent dans la vie locale, et sont **des lieux d'échanges et de sociabilités** : une partie importante (54%) des personnes accompagnées en groupe connaissait déjà au moins une autre personne du groupe. Les personnes à la retraite sont d'ailleurs significativement plus susceptibles de déjà connaître une personne du groupe.

Notes

⁶⁰ Mazet, Pierre (2023). *Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. op.cit.* Le Programme national de recherche portant sur le dispositif Conseiller numérique souligne que les accompagnements des conseillers numériques se déroulent principalement dans des locaux de collectivités ou de structures de proximité (mairies, salles communales, centre social ...).



Graphique 17 - Connaissance par le répondant d'une autre personne du groupe de médiation numérique (n=929)

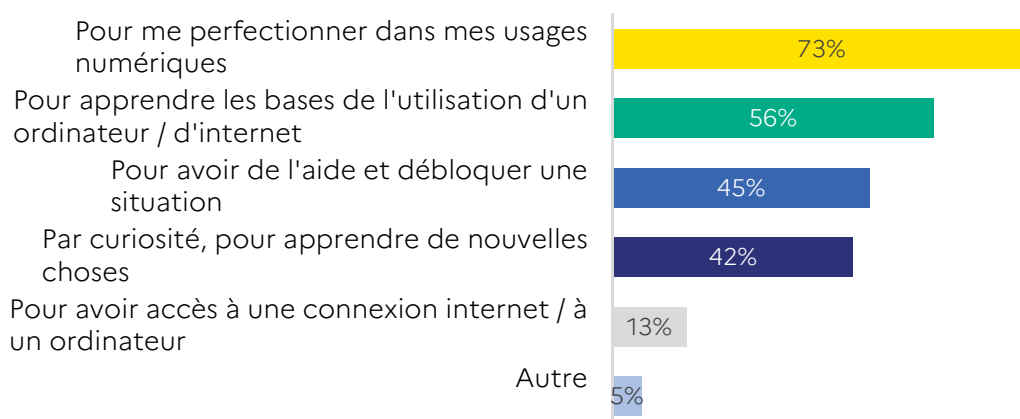


Dans la sphère privée, **les proches jouent également un rôle de relais d'information** sur l'offre de médiation numérique : 21% des publics ont entendu parler des conseillers numériques par ce biais-là. Les proches sont d'ailleurs les premiers aidants de proximité sur les questions numériques : le Baromètre du numérique 2023⁶¹ indique le rôle essentiel des proches dans l'accompagnement sur le numérique, notamment pour les personnes âgées.

Des publics qui viennent dans un objectif d'apprentissage

Si les publics viennent majoritairement d'eux-mêmes auprès des conseillers numériques, les raisons qui suscitent leur intérêt pour ces temps de médiation sont diverses, et parfois multiples : un même individu peut venir pour plusieurs raisons.

Graphique 18 - Raisons qui ont motivé la venue des publics (n=1317)



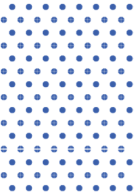
Dans les raisons qui suscitent la sollicitation d'un conseiller numérique, deux types de dynamiques se distinguent :

- Des objectifs qui s'inscrivent sur le long terme et qui **mettent l'accent sur l'apprentissage** (se perfectionner dans ses usages numériques, apprendre les bases de l'utilisation d'un ordinateur/d'internet, pour apprendre de nouvelles choses ...).
- **Des objectifs plus ponctuels**, pour faire face à un événement à un instant donné ou pour accéder à une infrastructure (pour avoir de l'aide et débloquer une situation, ou pour avoir accès à une connexion internet/un ordinateur).

Dans notre échantillon, **la plupart des publics viennent en partie pour se former au numérique**, sur le long terme, dans une logique différente de celle qui amène à solliciter une aide ponctuelle, auxquelles répondent par exemple les espaces France Services (aide sur des démarches, accès à un ordinateur ...).

Notes

⁶¹ Arcep, Arcom, CGE, ANCT, Baromètre du numérique, 2023. *op.cit.*



Les publics qui indiquent venir dans une logique ponctuelle sont ceux qui disposent le moins de personnes ressources dans leur entourage à qui ils peuvent poser des questions sur le numérique (45% contre 51% pour ceux dans une logique d'apprentissage), et ceux qui sont le plus susceptibles d'être accompagnés par le conseiller numérique sur la question des démarches administratives en ligne (55% se font accompagner sur ce sujet contre 43% pour ceux qui viennent dans une logique d'apprentissage). La complexité des démarches administratives, et leur caractère parfois urgent pousse un certain nombre de publics à consulter de manière ponctuelle des personnes qu'elles estiment qualifiées à les aider, notamment les conseillers numériques. Les conseillers numériques, tout comme d'autres acteurs de proximité (espaces France Services, mairies ...) font aujourd'hui face à un nombre important de demandes au sujet des démarches administratives.

Les publics les plus jeunes (le quartile des moins de 59 ans) dans la population active (en emploi ou en recherche d'emploi) sont significativement moins susceptibles de venir dans une logique d'apprentissage, et ont une idée généralement plus précise de ce qu'ils viennent chercher auprès des conseillers numériques. Ils cochent en moyenne moins de raisons à leur venue (1,3 raisons contre 1,5 pour l'ensemble des répondants), et sont largement surreprésentés dans ceux qui cochent « autre » comme motif de venue.

Au sein de cette catégorie « autre » sont exprimées des demandes précises concernant des logiciels spécifiques, des outils type imprimante 3D, découpe laser etc. Ces motifs mentionnés impliquent pour la plupart une maîtrise relativement avancée des interfaces numériques, et présupposent également de connaître les potentialités du numérique.

QUELLES FORMES PRENNENT LES ACCOMPAGNEMENTS ?

Selon les raisons pour lesquelles les publics viennent voir le conseiller numérique, les formes que prennent les accompagnements diffèrent. Deux grands pôles se dégagent, entre lesquels se déploie un continuum de cas particuliers : d'un côté, des accompagnements au long cours, plus souvent collectifs, et qui prolongent une volonté initiale de s'inscrire dans un parcours d'apprentissage et d'acquisition de compétences ; de l'autre, et dans des proportions moindres, des accompagnements plus souvent ponctuels et individuels, en réponse à des demandes précises de la part de bénéficiaires qui peuvent avoir besoin d'aide sur un point précis.

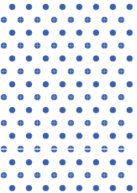
Des parcours au long cours

Les parcours de médiation dans lesquels les publics s'engagent se composent d'un nombre variable de séances d'accompagnement. Les répondants de l'échantillon ont bénéficié d'un **nombre moyen de séances élevé** (moyenne à 12,2, médiane à 9), et la quasi-totalité d'entre eux a bénéficié de plusieurs séances. Globalement, **les publics suivent donc des parcours dont l'intensité (mesurée ici en nombre de séances) est forte**.

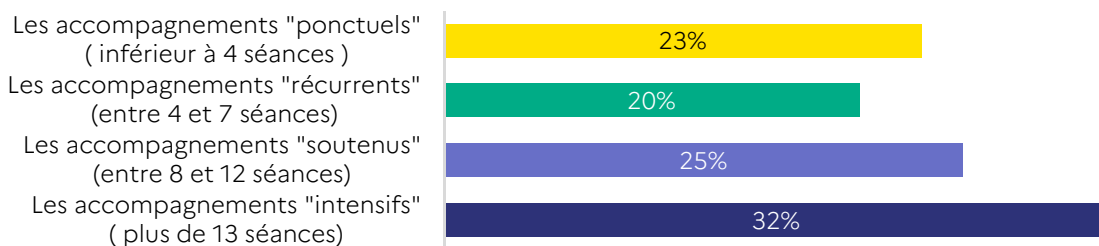
Toutefois, l'intensité des accompagnements est polarisée. D'un côté, une majorité de publics qui a bénéficié d'un nombre important de séances, et de l'autre une petite partie ayant bénéficié d'accompagnements très ponctuels⁶². Presque un quart des répondants a bénéficié d'au moins 20 séances d'accompagnement, tandis que 10% d'entre eux ont bénéficié de deux séances ou moins.

Notes

⁶² La passation du questionnaire peut intervenir à différent moment du parcours selon les individus. Le fait de n'avoir bénéficié que d'une séance au moment de la passation ne présage en rien la possibilité que la personne bénéficie d'autres séances.



Graphique 19 - Intensité des parcours d'accompagnement (n=1327)



Du fait du mode de passation de l'enquête, il est possible que l'échantillon de publics ayant répondu soit des publics que les conseillers numériques connaissent bien, amenant à surévaluer l'intensité moyenne des accompagnements. Néanmoins, le Programme national de recherche portant sur le dispositif conseiller numérique⁶³ et les observations réalisées en amont du questionnaire soulignent eux aussi cette intensité des parcours avec le conseiller numérique. Les accompagnements que les personnes suivent se déroulent souvent selon une logique de cours : par exemple, avoir un rendez-vous hebdomadaire avec le conseiller numérique n'est pas rare.

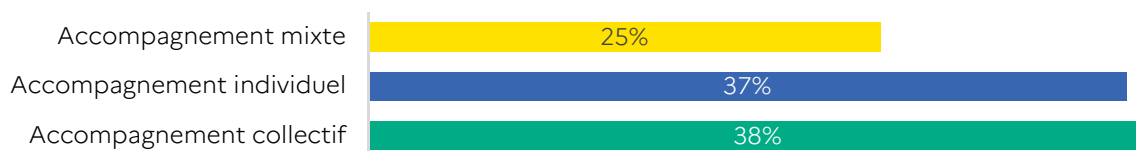
Par ailleurs, l'intensité des parcours est fortement corrélée à l'âge et à la situation vis-à-vis de l'emploi : plus la personne est âgée, plus elle bénéficie d'un nombre de séances élevé, et les personnes retraitées bénéficient d'un nombre moyen de séances significativement plus élevé que les personnes en emploi (13,5 séances en moyenne pour les retraités, contre 8,9 pour les « en emploi »). Cela rejoint le constat selon lequel les personnes à la retraite sont plus disponibles, et donc plus susceptibles de bénéficier de parcours intensifs.

L'intensité des accompagnements, ainsi que la régularité (observée sur le terrain) des temps de médiation proposés par les conseillers numériques soulignent la forte **dimension itérative de leurs accompagnements**. En effet, les temps de médiation proposés par les conseillers numériques se basent souvent sur de la pratique, et sur la répétition de gestes et d'actions sur plusieurs séances.

Autant d'accompagnements individuels que collectifs

Au-delà du nombre de séances, les accompagnements peuvent aussi varier dans leur forme : en groupe ou en individuel par exemple. Ces deux modalités ne sont pas exclusives, les parcours se composant parfois des deux modes d'accompagnement. C'est le cas pour 25% des répondants (accompagnement mixte, individuel et collectif), tandis que 37% n'ont suivi que des ateliers en individuel, et 38% uniquement en collectif.

Graphique 20 - Modalités d'accompagnement (n=1315)

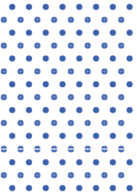


Note de lecture : Accompagnement mixte (parcours composé d'accompagnement individuel et collectif)

Les femmes sont significativement plus susceptibles de suivre des accompagnements collectifs que les hommes : 40% des femmes sont dans ce type de parcours, contre 32% des hommes. Les hommes sont eux plus susceptibles de bénéficier d'accompagnements individuels.

Notes

⁶³ Mazet, Pierre (2023). *Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. op.cit.*



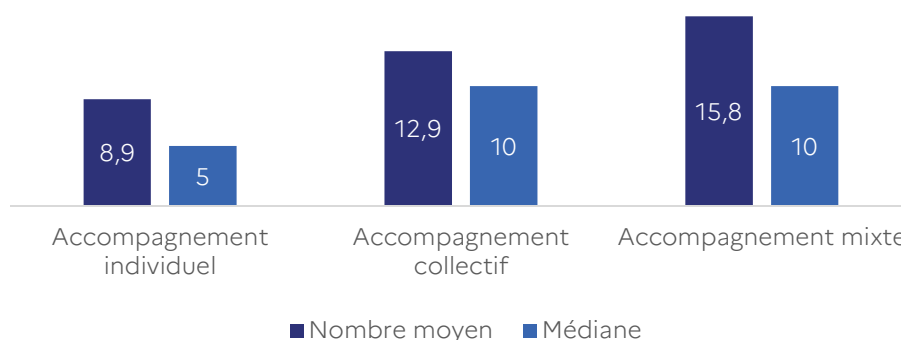
Des accompagnements intensifs en collectif, et de courte durée en individuel

Plusieurs types de parcours se découpent, du moins intensif au plus intensif (en termes de nombre de séances) :

- Des parcours en **accompagnement individuel, peu intensifs** (ponctuels ou récurrents), où l'on retrouve les personnes qui sont venues pour **résoudre un problème ou avoir accès à une connexion/un ordinateur**.
- Des parcours en **accompagnement collectif, soutenus**, où l'on retrouve les personnes qui sont plus susceptibles d'être venues dans **objectif de long terme, d'apprentissage**.
- Des **parcours mixtes**, où l'on retrouve des personnes naviguant entre les deux types de parcours précédents : ils viennent dans une double démarche, ponctuelle mais également d'apprentissage. Ils suivent les accompagnements les plus intensifs en nombre de séances. Par exemple, des personnes venues d'abord pour débloquer une situation, et qui ont par la suite basculé sur des accompagnements collectifs, ou inversement.

Les parcours individuels permettent de travailler davantage des blocages ou des obstacles que la personne rencontre à un moment donné (concernant notamment les démarches administratives, mais pas seulement). Cette forme d'interaction peut-être plus propice à répondre à un besoin ciblé. Au contraire, les parcours collectifs et mixtes se composent de profils venant pour apprendre (et peut-être plus disponibles, comme les personnes retraitées).

Graphique 21 - Nombre moyen et médiane de séances en fonction du type d'accompagnement



Note de lecture : La médiane divise la série de réponse en deux parts égales, et nous donne le point central qui sépare la population en deux. Elle permet d'éliminer l'effet des valeurs extrêmes. Par exemple, il y a plus de valeurs extrêmes hautes dans les accompagnements mixtes.

QUELS SUJETS ABORDENT-ILS AVEC LES CONSEILLERS ?

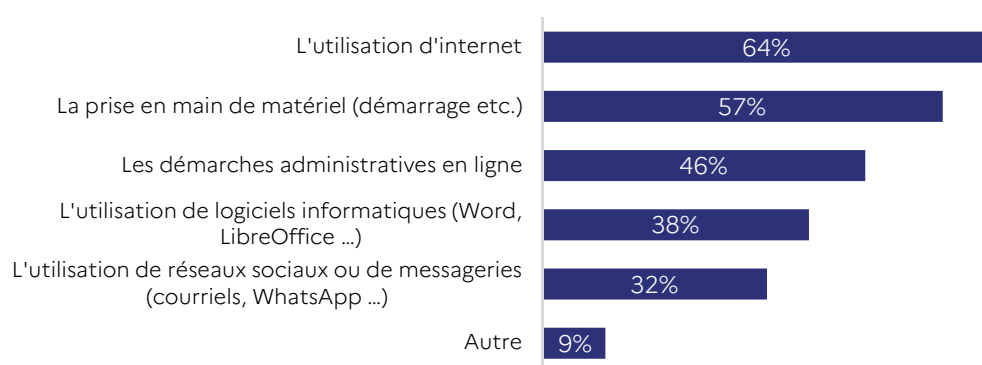
Les accompagnements des conseillers numériques ont pour objectif de répondre aux demandes des publics, en les accompagnant vers l'autonomisation et l'appropriation des outils numériques. Les sujets qui sont abordés au sein des accompagnements reflètent ce pourquoi les publics viennent : se faire accompagner sur une démarche d'apprentissage (prise en main de matériel, usage d'internet) mais aussi sur des actions plus ponctuelles qui visent à débloquer des situations précises (« bugs » et démarches administratives). Enfin, les accompagnements jouent un rôle essentiel dans la diversification des appareils utilisés par les publics, et ouvrent la voie à des répertoires de pratiques numériques plus diversifiés.



Un accompagnement qui porte sur les premiers pas

Lors des accompagnements, les publics abordent en majorité « les premiers pas » des usages numériques, notamment l'usage d'internet (64% des personnes ont abordé ce sujet) et la prise en main du matériel (57% des personnes ont abordé ce sujet). Ces compétences correspondent au registre de la manipulation technique des appareils numériques, qui est constitué des compétences de base nécessaires à tout usage numérique⁶⁴. Si une partie des publics déclarent se sentir capable d'effectuer ces actions techniques (cf. Graphique 9), leur acquisition et perfectionnement requiert un travail sur le temps long, fait de répétition, permettant d'explorer des cas d'usages variés à partir d'une même compétence.

Graphique 22 - Principaux sujets abordés lors des accompagnements (n= 1314)



Note de lecture : Le nombre de sujets n'était pas restreint, une même personne peut apparaître sur plusieurs thématiques. « Pour 64% des personnes l'utilisation d'internet a été un des sujets principaux abordés avec le conseiller. ».

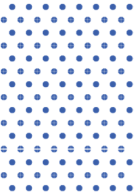
Tout d'abord, l'apprentissage de l'utilisation d'internet est le sujet le plus souvent abordé lors des accompagnements (64 %). L'âge joue un rôle déterminant dans l'importance accordée à ce sujet pendant les accompagnements : plus la personne est âgée, plus elle est susceptible d'aborder ce sujet avec le conseiller numérique. Les plus de 65 ans sont 2,5 fois plus susceptibles d'aborder ce sujet que les moins de 30 ans. Cela peut notamment être dû à l'effet génération, les personnes les plus âgées étant celles les moins socialisées à internet, du fait d'une apparition tardive de cette technologie à l'échelle de leur vie. Les personnes âgées sont en effet globalement moins susceptibles d'utiliser internet dans leur vie : 37% des personnes âgées de plus de 70 ans n'étaient pas internautes en 2022, contre 8% pour l'ensemble de la population⁶⁵. Les moins diplômés sont également les plus susceptibles d'être accompagnés sur ce sujet : 69% des personnes ayant un diplôme inférieur au bac ont abordé ce sujet, contre 59% de ceux qui ont un diplôme supérieur ou égal au bac.

Puis, le second sujet le plus abordé est la prise en main de matériel informatique (57%) : cette prise en main recouvre l'apprentissage du démarrage de l'appareil, son extinction, la familiarisation avec la souris ou le trackpad, la découverte du bureau et des fonctionnalités basiques des appareils... Les répondants disposant d'un capital culturel élevé (diplôme supérieur au bac) sont les moins susceptibles d'être accompagnés sur cet aspect, qui a trait à une maîtrise technique de l'appareil. Du point de vue des générations, ce sont les publics les plus jeunes qui sont particulièrement sous-représentés parmi ceux qui abordent le sujet de la prise en main ou de l'usage d'internet lors de leurs accompagnements. Ce sujet

Notes

⁶⁴ Van Deursen, A., Helsper, E. et Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS), *Information, Communication & Society*, volume 19, number 6, pp. 804–823. Cet article propose un cadre qui différencie cinq catégories de compétences, qui sont également des niveaux. En ordre de niveau de compétences : opérationnelles, informationnelles, sociales, créatives, mobiles.

⁶⁵ Arcep, Arcom, CGE, ANCT (2022) Baromètre du numérique. *op.cit.*



d'accompagnement concerne donc en priorité les personnes les moins dotées en capital culturel et appartenant à des générations exposées plus tardivement aux outils informatiques.

Enfin, les démarches administratives représentent le troisième sujet principal abordé lors des accompagnements. Si ce sujet ne concerne pas la majorité des répondants, il est important pour 46% des répondants tout de même, et particulièrement pour les plus jeunes. Cette variable d'âge s'ajoute à celle du diplôme. Les moins diplômés sont nettement plus exposés à ces démarches : pour 62%, ce sujet a été un des sujets importants de leur accompagnement, contre 41% pour les personnes ayant un diplôme supérieur ou égal au bac. C'est par ailleurs le sujet le plus abordé par les personnes en accompagnement individuel (cf. démarche de déblocage). Nous développons ce point dans la partie suivante (au sein de la sous partie suivante, « Les démarches administratives, un sujet abordé dans presque la moitié des accompagnements »).

Par ailleurs, les accompagnements répondent à ce pourquoi les personnes sont venues : il existe une forte corrélation entre les raisons qui ont poussé une personne à venir voir un conseiller, et les sujets d'accompagnements effectifs. Par exemple, les personnes qui sont venues pour apprendre les bases du numérique sont effectivement celles qui sont le plus susceptibles de travailler sur la prise en main de matériel, et les personnes qui sont venues dans une logique d'aide pour débloquer une situation ou d'accès à un équipement sont celles qui se font le plus accompagner sur les démarches administratives.

Les démarches administratives, un sujet abordé dans presque la moitié des accompagnements

Les démarches administratives sont un sujet principal d'accompagnement dans presque la moitié des parcours auprès des conseillers (cf. Graphique 22). Cela a même été l'unique sujet d'accompagnement pour 12% des répondants. Par ailleurs, au-delà d'avoir été un sujet important d'accompagnement, nous avons demandé à tous les publics s'ils avaient effectivement bénéficié d'une aide pour faire une démarche administrative. C'est le cas de 46% des répondants (cf Graphique 23).

Graphique 23 - Part des personnes qui ont été aidées pour faire une démarche en ligne (n=1313)

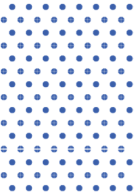


Note de lecture : Nous avons demandé aux personnes si le conseiller les avait aidés à faire une démarche en ligne. « 46% des répondants ont été aidés par le conseiller numérique pour faire une démarche en ligne. »

Une partie importante de publics des conseillers numériques se sentent en difficulté face aux démarches administratives, et viennent chercher une aide pour les effectuer. L'accompagnement qu'effectuent les conseillers numériques sur les démarches administratives recouvre une grande diversité de plateformes qui correspondent aux différents services publics en ligne (Caf, Améli, outils de connexion France Connect ...). Les difficultés rencontrées par les publics au sein de l'échantillon font écho aux chiffres du Baromètre du numérique⁶⁶, qui soulignent que plus de la moitié (52%) des Français rencontrent des difficultés à réaliser leurs démarches administratives en ligne, et ce de manière encore plus marquée pour les personnes peu diplômées. De même, l'âge est un facteur différenciant : au niveau national, les

Notes

⁶⁶ Arcep, Arcom, CGE, ANCT (2022) Baromètre du numérique. *op.cit.*. Dans le Baromètre du numérique de 2022, plus de la moitié (54%) des Français exprime cette difficulté. Ce chiffre enregistre une hausse de 16 points par rapport au Baromètre précédent⁶⁶.



18-24 ans sont 76% à ne pas toujours arriver à effectuer leurs démarches en ligne, ce qui contraste fortement avec le mythe des « digital natives ».

L'importance des démarches administratives dans les accompagnements des conseillers numériques s'inscrit dans un contexte plus large de « désintermédiation » de la relation des publics aux administrations, liée à la numérisation des démarches associée à la raréfaction des guichets administratifs. La numérisation des démarches implique que les publics se retrouvent en contact direct, sans accompagnement au guichet, avec les administrations, et notamment avec le langage et les procédures des différents organismes. Cette désintermédiation et cette numérisation de la relation des usagers aux services publics génèrent une double difficulté : au-delà des gestes numériques parfois techniques, requérant donc une certaine aisance avec les outils numériques⁶⁷, les démarches en ligne nécessitent également une bonne maîtrise de l'écrit⁶⁸ et du vocabulaire administratif⁶⁹. Pour certains publics qui viennent à la rencontre des conseillers numériques, l'enjeu de la médiation n'est pas nécessairement ou seulement celui d'une médiation numérique, mais aussi celui d'une médiation administrative. Or, les conseillers numériques ne sont pas des professionnels de la médiation administrative, ce qui limite de fait l'accompagnement sur le sujet des démarches administratives aux difficultés propres à la numérisation. Au sein de notre échantillon ce sont ainsi les personnes les plus jeunes (notamment entre 20 ans et 50 ans) et les moins diplômés (infra-bac) qui sont les plus susceptibles de se faire accompagner sur les démarches administratives, malgré une aisance avec le numérique avant accompagnement plus élevée que pour l'ensemble du public.

L'aide sur les démarches administratives se fait surtout lors des accompagnements individuels : plus de la moitié (57%) des personnes accompagnées individuellement ont bénéficié d'une aide sur une démarche, contre 31% pour les personnes accompagnées en collectif.

Parmi les personnes qui ont été aidées par les conseillers numériques sur une démarche administrative, 7% ont signé un mandat pour que le conseiller puisse effectuer la démarche en leur nom (par exemple, un mandat de délégation de signature, et/ou une mobilisation de l'outil Aidant Connect). Cela souligne que les conseillers sont exposés aux problématiques urgentes que peuvent rencontrer les personnes qu'ils accompagnent, qui peuvent justifier la mise en place de mandats de délégation dans l'exécution de démarches administratives : ils font dans ce cas des démarches administratives « pour le compte » des personnes qu'ils accompagnent. Néanmoins, dans la majeure partie des cas les usagers n'ont pas recours à un mandat de délégation de signature, ce qui est cohérent avec les missions des conseillers numériques et peut indiquer que ces derniers guident généralement les publics en adoptant davantage une posture de « faire avec » et de formation pour apprendre aux personnes à faire elles-mêmes et à devenir autonomes pour leurs futures démarches.

L'ordinateur, un outil plébiscité pour les accompagnements

L'ordinateur est l'outil le plus utilisé lors des temps de médiation. Une grande majorité (87%) des publics ont utilisé un ordinateur (portable pour les trois-quarts, fixe pour un quart) lors de leur(s) accompagnement(s).

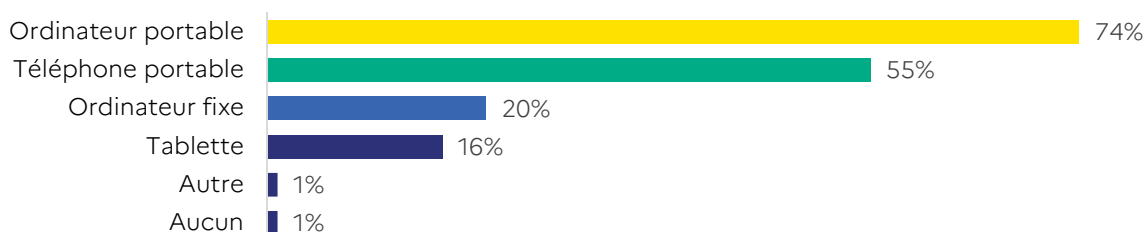
Notes

⁶⁷ Granjon, F., Lelong, B. & Metzger, J.-P. (2009). Inégalités numériques : clivages sociaux et modes d'appropriation des TIC, Paris : Lavoisier

⁶⁸ Pasquier, D. (2018), L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale, Paris : Presses des Mines.

⁶⁹ Siblot, Y. (2006). Chapitre 1. S'occuper des papiers : contrainte et débrouille. Y. Siblot, *Faire valoir ses droits au quotidien : Les services publics dans les quartiers populaires* (pp. 27-64). Paris: Presses de Sciences Po.

Graphique 24 - Appareil utilisé lors de l'accompagnement (n=1317)



L'ordinateur est plus souvent mobilisé dans les accompagnements collectifs, et sert de manière plus fréquente dans les parcours où la personne aborde l'accès à internet, les logiciels etc. Si l'ordinateur portable est plébiscité comme outil lors des accompagnements, plus de la moitié (55%) des accompagnements se sont appuyés au moins une fois sur l'usage du téléphone portable. Les accompagnements sur téléphone portable, mais aussi sur tablette portent plus sur l'usage des réseaux sociaux ou de messageries.

Plusieurs études soulignent le rôle que joue l'appareil utilisé dans les usages numériques⁷⁰. Il ressort notamment de ces études que l'usage concomitant de différents appareils (par exemple téléphone portable et ordinateur, tablette et téléphone portable...) permet d'accéder à plus d'opportunités, notamment sur Internet⁷¹ que l'usage d'un seul médium numérique (par exemple téléphone portable seul). **En ce sens, les accompagnements des conseillers numériques permettent de diversifier les outils utilisés par les publics** : parmi les personnes accompagnées sur ordinateur portable par exemple, 10% n'utilisent jamais cet appareil dans leur quotidien, et 13% rarement. Cette proportion est encore supérieure pour l'ordinateur fixe et les tablettes : 27% des personnes accompagnées par le conseiller numérique sur l'usage de l'ordinateur fixe ne l'utilisent jamais dans leur quotidien, et 31% de ceux accompagnés sur tablette n'utilisent jamais ce type d'appareil. **Sur le temps des accompagnements, les publics se familiarisent avec d'autres outils qu'ils n'ont pas nécessairement l'habitude d'utiliser**, leur ouvrant l'accès à de nouveaux usages et opportunités.

Les conseillers numériques peuvent travailler sur des outils qu'ils mettent à disposition des publics, mais proposent également aux publics de travailler sur leur propre appareil. Ce sont au total 86% des répondants qui ont utilisé un de leurs appareils lors de leur parcours auprès du conseiller numérique. Les personnes âgées sont les plus susceptibles d'utiliser leur appareil : lors des journées d'observation, elles mettaient notamment en avant l'avantage de développer leurs repères sur leur propre appareil.

CONCLUSION DU CHAPITRE 2 – LES PARCOURS DE MEDIATION NUMERIQUE

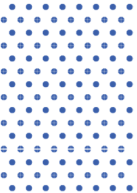
La majorité des personnes (trois-quarts des publics) viennent voir un conseiller numérique quand elles veulent apprendre à mieux maîtriser les outils numériques *en général* (objectif large d'apprentissage et de formation), plus que pour débloquer ponctuellement une difficulté ou une question relative à l'usage du numérique (aide d'urgence sur un besoin très précis). Les conseillers numériques sont mobilisés par la

Notes

⁷⁰ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. op.cit.

⁷¹ Reisdorf, B. et al. (2020). Mobile Phones Will Not Eliminate Digital and Social Divides: How Variation in Internet Activities Mediates the Relationship Between Type of Internet Access and Local Social Capital in Detroit, *Social Science Computer Review*, mars.

Van Deursen, A., Van Dijk, J. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access, *New media & Society*, vol. 21, n° 2, pp. 354-375.



plupart des publics comme des généralistes du numérique, dans un objectif de formation au long cours. Ils sont d'ailleurs avant tout mobilisés par des retraités qui ont du temps, en semaine, pour un accompagnement itératif, intensif et de longue durée. La majorité de publics rencontrent le conseiller numérique plus d'une dizaine de fois. L'apprentissage se fait sur le temps long.

D'autres profils de publics se distinguent néanmoins, même s'ils sont plus à la marge. Il s'agit de publics plus jeunes, qui sont plus souvent en recherche d'emploi, et qui voient le conseiller numérique dans le cadre d'un parcours, orientés par une autre structure. D'autres publics, plus jeunes également, en activité, viennent pour un besoin de formation précis. Ils viennent souvent dans un cadre d'accompagnement individuel et déclarent une plus grande aisance avec le numérique : ils en connaissent mieux les potentialités, et savent précisément ce qu'ils viennent chercher quand ils s'adressent au conseiller numérique.

L'accompagnement des conseillers numériques porte la plupart du temps sur les premiers pas : apprendre à allumer et éteindre son ordinateur, apprendre à naviguer sur internet... Les démarches administratives sont abordées directement dans le cadre des parcours dans la moitié des cas, confirmant ainsi qu'elles représentent une difficulté pour une large part des publics des conseillers numériques, dès lors qu'elles sont réalisées en ligne, sans médiation de la relation aux administrations.

CHAPITRE 3 : L'ÉVOLUTION DU RAPPORT AU NUMÉRIQUE

Après avoir présenté les caractéristiques des publics et des accompagnements des conseillers numériques, ce chapitre s'intéresse aux effets des accompagnements sur les publics. Quel rôle jouent les accompagnements sur la montée en compétence des publics, et plus largement sur l'évolution de leur rapport au numérique ? Cette modification du rapport au numérique passe par l'acquisition de nouvelles compétences, par la mobilisation de ces compétences dans de nouveaux domaines d'usage, mais également par un changement de perception du numérique et de sa capacité personnelle à s'en servir.

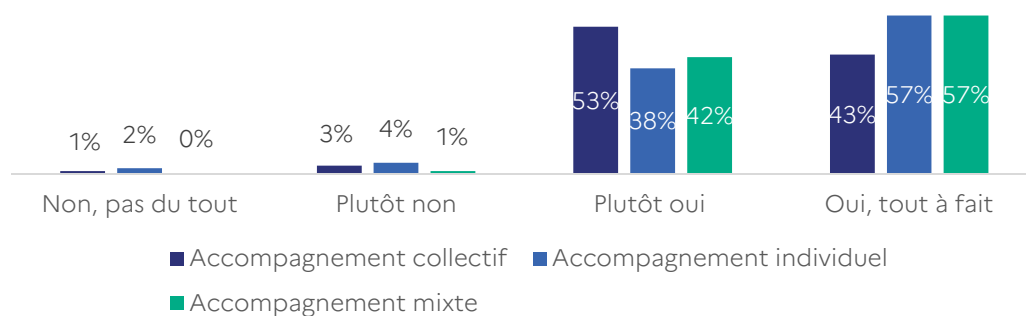
DES PARCOURS DE MEDIATION QUI PERMETTENT L'ACQUISITION DE NOUVELLES COMPETENCES

La satisfaction des publics des conseillers vis-à-vis de leur accompagnement est presque unanime : 99% des répondants estiment que l'accompagnement a répondu à leurs attentes (79% « tout à fait », 20% « plutôt oui »). Au-delà de cette satisfaction, quels effets les accompagnements ont-ils eus sur les compétences des publics ?

Un sentiment de progrès général...

Les publics des conseillers numériques ont presque tous (97%) le sentiment d'avoir progressé. Ils sont plus de la moitié (52%) à répondre « oui tout à fait », et 45% « plutôt oui »⁷².

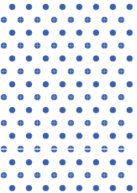
Graphique 25 - Sentiment de progression global en fonction du parcours d'accompagnement (n=1316)



Le sentiment d'avoir progressé est d'autant plus fort que la personne a bénéficié d'un nombre élevé de séances : les publics qui ont des parcours plus intensifs sont notamment plus susceptibles de répondre « oui tout à fait ». La petite partie (3%) de publics qui déclarent ne pas avoir le sentiment d'avoir progressé a une durée de parcours plus courte que les autres publics (médiane à 3 séances contre 9 séances pour l'ensemble des publics).

Notes

⁷² Ces résultats sont à interpréter à la lumière de la méthodologie de cette enquête. Les publics répondent à ces questions à la fin d'un questionnaire leur ayant permis de revenir sur leur parcours avec le conseiller numérique, soulignant les éléments sur lesquels ils ont travaillé etc. Le fait de se rappeler et de retracer son parcours auprès du conseiller peut ainsi mettre les publics plus en disposition de déclarer avoir progressé.

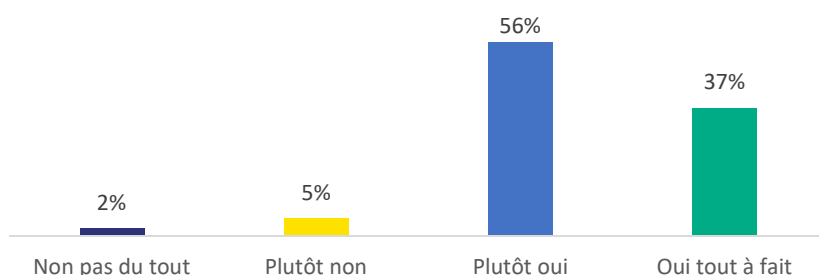


En plus de l'intensité de l'accompagnement, **la modalité d'accompagnement (collectif, individuel, mixte) joue également sur le sentiment d'avoir progressé** : les publics qui ont bénéficié d'accompagnements individuels sont significativement plus susceptibles de répondre « oui tout à fait » à la question de leur progression. Cela peut notamment être dû à la dimension « sur-mesure » des accompagnements individuels, qui répondent précisément aux besoins et demandes des personnes concernées. Les accompagnements collectifs suscitent un sentiment de progression globale plus nuancé (« plutôt oui »), notamment car ils s'inscrivent souvent sur un temps long, et la progression est moins ciblée sur un sujet précis.

... lié à une capacité à faire de nouvelles choses avec le numérique

Le sentiment d'avoir progressé s'accompagne pour les publics de l'échantillon d'une capacité à réaliser de « nouvelles choses » avec le numérique. En effet, 93% déclarent qu'ils arrivent à faire de nouvelles choses : ils sont 37% à répondre « oui, tout à fait », et 56% à répondre « plutôt oui ».

Graphique 26 - Capacité des publics à faire de nouvelles choses avec le numérique suite aux accompagnements (n=1311)



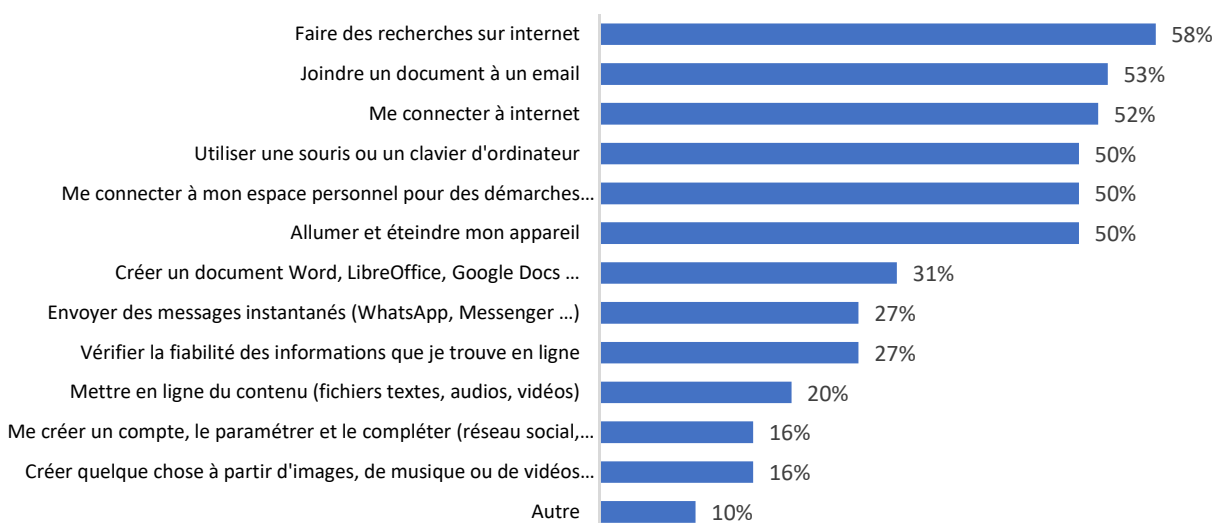
Chez les publics, le sentiment global d'avoir progressé est fortement corrélé au fait d'avoir appris à faire de nouvelles choses. Seule une petite partie (6%) des publics estiment avoir progressé sans toutefois avoir appris à faire de nouvelles choses. L'impression de progrès est donc en partie liée au développement de nouveaux usages, ou en tout cas de nouvelles capacités d'actions avec le numérique.

Des apprentissages dans la recherche d'information et la prise en main des appareils

Les accompagnements des conseillers numériques permettent aux publics d'apprendre à réaliser plusieurs nouvelles actions : presque la moitié (44%) déclarent savoir réaliser au moins cinq nouvelles actions, qu'ils n'arrivaient pas faire avant leur(s) accompagnement(s). Moins une personne était à l'aise avec le numérique avant l'accompagnement, plus elle a appris de nouvelles actions : l'élargissement du champ d'action est d'autant plus fort pour les personnes les moins à l'aise. La variable diplôme joue également sur cette propension à apprendre un grand nombre de nouvelles actions. Plus le niveau d'étude est élevé plus le nombre de nouvelles actions apprises est grand, illustrant le rôle du capital culturel dans l'acquisition de nouvelles compétences.

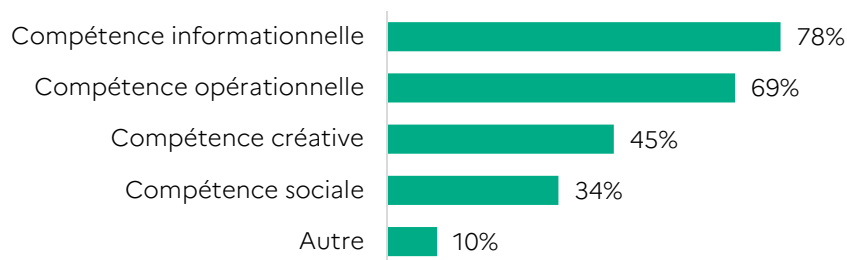
Les nouvelles actions sur lesquelles les publics progressent ont trait à l'usage d'internet, à la communication et aux usages « de base » (opérationnels), ce qui est en lien direct avec les sujets qu'ils abordent lors de leurs accompagnements.

Graphique 27 - Nouvelle action que le répondant arrive à réaliser suite aux accompagnements (n=1230)



Les publics progressent le plus sur les **compétences informationnelles** (notamment faire des recherches sur internet) et les **compétences opérationnelles** (joindre un document à un email, utiliser une souris ou un clavier d'ordinateur ...). Ces compétences sont des compétences socles, qui couvrent un large champ de pratiques, et qui sont souvent des prérequis aux autres usages (créatif et social).

Graphique 28 - Progrès par type de compétence (n=1230)



Au-delà d'une progression sur les compétences opérationnelles nécessaires à l'utilisation du numérique (allumer l'appareil, manipuler le clavier ...), **les parcours de médiation contribuent à l'autonomisation des publics vis-à-vis de l'accès à une information de qualité** : ils progressent sur des compétences de recherche sur internet, de vérification de la fiabilité des informations trouvées en ligne, de connexion à son espace personnel sur des sites d'administration publique, ...

Les accompagnements des médiateurs numériques permettent de mettre un premier pied dans le monde du numérique, de consolider les « bases » nécessaires à une diversification des usages et des compétences.

Des compétences créatives et sociales qui sont travaillées par les publics plus avancés

Quasiment la moitié (45%) des répondants déclarent avoir progressé sur au moins une compétence créative (créer quelque chose à partir d'image, mettre en ligne du contenu...). Toutefois, ce type de compétence est davantage travaillé par les publics qui suivent des parcours très intensifs, en collectif.



Les compétences créatives sont différenciantes entre les publics : au sein de l'échantillon, ceux qui progressent sur ce type de compétence sont les publics qui ont déjà « les bases » du numérique mais aussi **qui ont un niveau de capital culturel plus élevé** (niveau d'études bac ou supra-bac). Cela va dans le sens de la littérature sur le sujet de la diversité des pratiques numériques : les individus avec un capital culturel élevé (notamment un niveau d'études supérieur au bac) ont un « répertoire de pratiques » plus diversifié que les individus de milieux modestes⁷³. L'acquisition de ces compétences lors de temps de médiation par les publics les moins diplômés est donc crucial pour combler les inégalités numériques et permettre au plus grand nombre de tirer avantage des technologies numériques. Parmi les publics présents dans l'échantillon, ce travail est amorcé notamment dans les parcours les plus longs, soulignant l'importance des accompagnements de long terme dans l'exploration de toutes les potentialités du numérique.

C'est sur les compétences liées aux interactions sociales sur internet que les publics apprennent le moins de nouvelles actions (interagir via messagerie instantanée, s'inscrire sur les réseaux sociaux...) : 34% d'entre eux déclarent réussir à réaliser une nouvelle action liée à ces sujets. Ces compétences sont également moins abordées lors des temps de médiation, avec seuls 32% des publics qui affirment avoir traité ce sujet avec leur conseiller. Cela peut être dû à un usage plus développé de ces compétences pré-accompagnement, car mises en œuvre au quotidien par les publics dans le domaine du numérique social. Par ailleurs, la notion de compétences numériques liées au domaine de l'interaction sociale recouvre une grande diversité d'actions et de gestes techniques. Si l'interaction par messagerie instantanée est plus travaillée et maîtrisée par les publics, la création et le paramétrage d'un compte personnel restent peu abordés et/ou maîtrisés par les répondants.

Le type de compétence sur lesquels les publics progressent sont fortement corrélés à leur degré d'aisance avec le numérique avant l'accompagnement, et à leur niveau d'études. Les publics qui progressent sur les compétences créatives étaient en moyenne plus à l'aise avant leur accompagnement que le reste des répondants et plus diplômés, alors que les personnes accompagnées sur les compétences opérationnelles se déclaraient en moyenne moins à l'aise et avec un niveau d'étude plus faible.

DES ACCOMPAGNEMENTS QUI DEVELOPPENT LES CAPACITES D'ACTION DES PUBLICS

Si les publics semblent progresser sur un large nombre de compétences, dans quels domaines mettent-ils à profit ce qu'ils ont appris lors des accompagnements ? Quels types d'usages du numérique les temps de médiation facilitent-ils ?

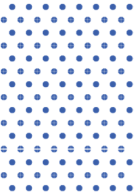
Une forte progression sur les démarches administratives

Parmi les domaines où les personnes ont le sentiment d'avoir progressé, le champ des démarches administratives est le plus mentionné (52% des répondants). Les démarches administratives sont considérées dans la littérature⁷⁴ comme particulièrement complexes pour un néophyte, car nécessitant à la fois des compétences numériques mais aussi des compétences administratives, et sont spécifiques du fait des enjeux forts qui y sont liés : perte de droits etc.

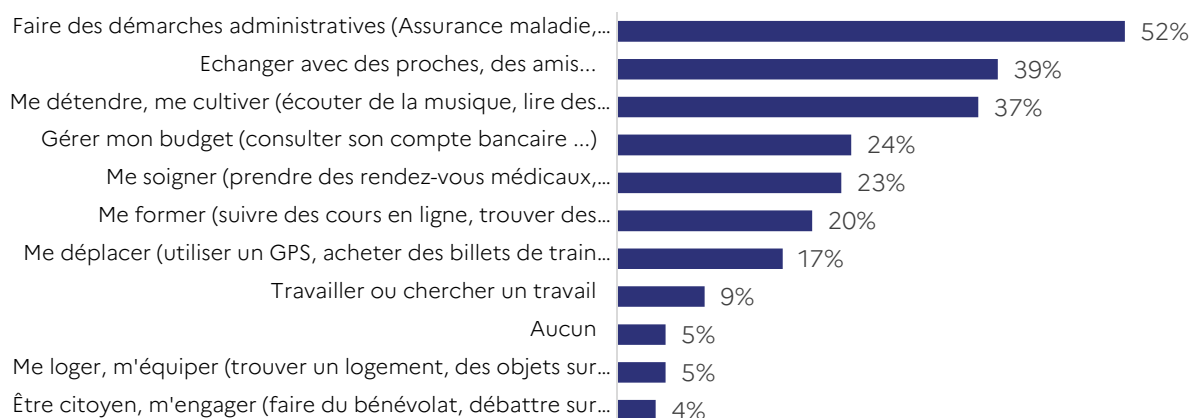
Notes

⁷³ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. op.cit. p.44

⁷⁴ Granjon, F., Lelong, B. & Metzger, J.-P. (2009). Inégalités numériques : clivages sociaux et modes d'appropriation des TIC, *op.cit.*



Graphique 29 - Domaine de progrès après accompagnement (n=1260)



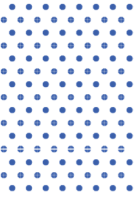
Comme exposé précédemment, les démarches administratives en ligne requièrent à la fois de maîtriser l'environnement numérique qui permet d'y accéder, mais aussi de maîtriser le langage et les procédures de l'univers administratif. Si la progression ressentie par les publics est particulièrement importante sur le sujet des démarches administratives, cela tient en partie à une amélioration de l'aisance globale dans leur rapport au numérique. Mais cette progression peut aussi être liée au fait d'avoir trouvé un intermédiaire (le conseiller numérique) permettant une « remédiation » de la relation à l'institution, afin de débloquer une difficulté propre aux compétences administratives. Si l'impression de progrès peut être forte, notamment dans une situation de déblocage, l'accompagnement des conseillers numériques ne porte pour autant pas sur une autonomisation à long terme des publics sur le plan des compétences administratives.

Globalement, les accompagnements des conseillers numériques permettent à tous les publics de se sentir plus à l'aise sur les démarches administratives, en ce qu'ils aident les publics à se sentir plus confiants avec les outils numériques. En effet, même les personnes qui n'ont pas abordé le sujet des démarches administratives déclarent avoir progressé dans le domaine des démarches administratives. A ce premier apport en termes de réassurance par rapport au numérique s'ajoute un effet indirect de la médiation en tant que telle : les personnes ont en face d'elles un conseiller numérique qui réintroduit un contact humain dans la relation des usagers aux administrations. Le conseiller numérique joue ainsi un rôle de « réintermédiation » en quelque sorte, bien que cela ne soit pas le métier des médiateurs numériques.

Des montées en compétence dans de nombreux domaines d'usage

Les publics qui étaient les moins à l'aise avec le numérique avant les accompagnements sont ceux qui ont progressé dans le plus grand nombre de domaines (2,4 en moyenne contre 1,7 pour les plus à l'aise) : le « répertoire de pratiques » sur lequel ils progressent est plus diversifié. Au-delà des démarches administratives, ce sont dans les domaines du numérique « social » (échanger avec des proches et des amis...) et du numérique de détente et d'accès à la culture que les publics ont l'impression d'avoir le plus progressé. Pour le domaine du numérique « social », si les publics n'apprennent pas toujours à réaliser de nouvelles actions liées à ces usages (cf. Graphique 28), ils se sentent néanmoins progresser dans ce domaine, ce qui peut être dû à un effet global de réassurance avec le numérique.

La médiation numérique permet de **travailler le lien entre les publics et leur entourage via les interfaces numériques**. Ce sont 39% des répondant qui déclarent savoir mieux utiliser le numérique pour



échanger avec leurs proches et leurs amis. Les répondants qui progressent dans ce domaine sont ceux qui étaient les moins à l'aise avec le numérique avant l'accompagnement.

Les accompagnements permettent également de **travailler avec les publics sur des usages numériques qui facilitent l'accès à la culture ou à des fins de détente**. Au-delà de travailler techniquement sur les premiers pas, les accompagnements permettent d'ouvrir les champs d'usage numérique, qui n'est plus seulement sollicité dans une logique de contrainte (démarches administratives, achats de première nécessité...), mais aussi pour se faire plaisir, s'épanouir et se détendre.

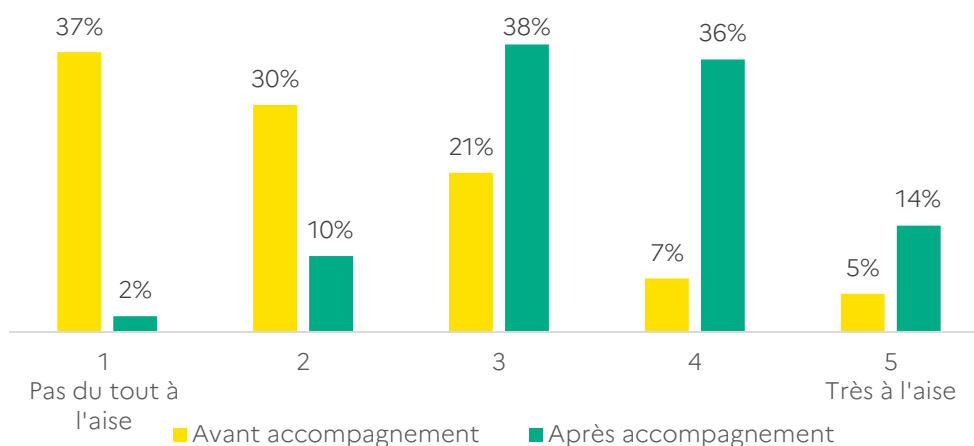
Le numérique propre à la gestion du quotidien (se soigner, se former, se déplacer, gérer son budget, se loger) n'est pas le domaine principal de progrès. Ce sont principalement les personnes retraitées qui progressent sur ces sujets, tandis que la population active progresse davantage sur le numérique comme outil de travail ou de recherche de travail.

DES PARTICIPANTS QUI SE SENTENT PLUS A L'AISE AVEC LE NUMERIQUE

Des accompagnements qui renforcent le sentiment d'aisance face au numérique pour la majorité des publics

Comme exposé dans la présentation des profils de l'échantillon, les publics des conseillers numériques étaient peu à l'aise avec le numérique avant les accompagnements⁷⁵. **Les accompagnements des conseillers numériques améliorent fortement leur sentiment d'aisance par rapport au numérique**. Suite aux séances de médiation, la note médiane d'auto-évaluation passe à 4, soit une augmentation de deux points par rapport à la note d'avant accompagnement, qui était de 2⁷⁶. Les trois quarts des publics (74%) se notent à 3 ou 4 sur l'échelle d'aisance après accompagnement.

Graphique 30 - Degré d'aisance avec le numérique exprimé par les publics avant et après accompagnement (n=1313)

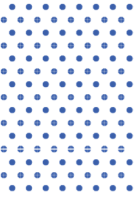


Les accompagnements ont un effet moyen plus fort sur les femmes en termes d'amélioration de l'aisance. Elles étaient en moyenne moins à l'aise que les hommes avant les accompagnements, mais le

Notes

⁷⁵ n.b : le questionnaire interroge des publics qui ont déjà bénéficié d'accompagnements. Ils doivent juger rétrospectivement leur rapport d'aisance au numérique tel qu'il était avant leur parcours de médiation.

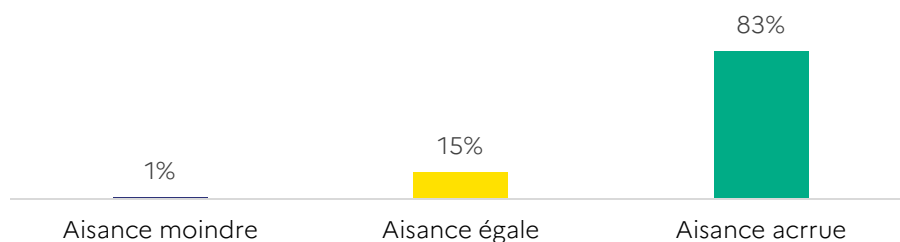
⁷⁶ L'écart type entre les notes se réduit légèrement, avec un effet de rattrapage qui entraîne une distribution d'asymétrie négative : la majorité des valeurs tendent à se regrouper au-dessus de la moyenne.



sont tout autant suite aux accompagnements. La médiation numérique permet un rattrapage : il n’y a plus, après les accompagnements, de différence significative entre la notation moyenne des femmes et celle des hommes. Toutefois, celles-ci restent moins susceptibles de se qualifier comme se sentant « très à l’aise » (5) que les hommes⁷⁷.

La grande majorité (83%) des publics ont une relation plus aisée avec le numérique suite aux accompagnements. Seule une petite partie (15%) des répondants n’a pas le sentiment d’être plus à l’aise avec le numérique : ces publics s’évaluent au même degré d’aisance avant et après leur parcours auprès du conseiller numérique.

Graphique 31 - Effet des accompagnements sur l’aisance des publics (comparaison entre aisance avant accompagnement et après) (n= 1312)



Note de lecture : « 83% des publics se sentent plus à l’aise avec le numérique suite à leur parcours auprès du conseiller numérique. »

L’évolution du sentiment d’aisance avec le numérique, tout comme le sentiment global de progrès est fortement influencé par le type de parcours : les personnes qui déclarent une aisance accrue ont bénéficié d’accompagnements plus fréquents, et déclarent avoir appris un plus grand nombre de nouvelles choses.

Parmi les publics dont l’aisance avec le numérique n’évolue pas suite aux temps de médiation, différents profils se distinguent :

- **D’un côté, des personnes qui étaient déjà très à l’aise avec le numérique avant les accompagnements.** Ils se notaient déjà à 5 – très à l’aise avant les accompagnements, et représentent un peu moins d’un tiers (29%) des personnes dont l’aisance n’a pas changé. Ils sont en moyenne plus diplômés que l’ensemble des répondants.
- De l’autre, **des répondants qui estiment que leur niveau d’aisance est toujours faible suite aux accompagnements** (notation à 1 ou 2). Ces personnes sont moins diplômées que l’ensemble de l’échantillon, et la part de personnes en recherche d’emploi est plus importante que dans l’ensemble de l’échantillon.

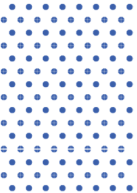
D’un côté des publics plus dotés en capital culturel, qui sont très à l’aise avec le numérique, et de l’autre des catégories de population plus modestes, pour qui l’appropriation des technologies numériques est plus faible⁷⁸, et qui ne se sentent pas du tout à l’aise avec les outils numériques avant l’accompagnement mais également après.

Enfin, une partie non significative (2%) des publics déclarent une aisance plus faible suite aux accompagnements. Cela indique que les accompagnements des conseillers numériques n’ont a priori pas pour effet de rendre les publics moins à l’aise dans leur rapport au numérique. Par exemple, cela pourrait être le cas pour des publics qui prendraient conscience de leur éloignement du numérique au moment

Notes

⁷⁷ Cela renvoie à leur moindre capacité à se déclarer « experte », identifié dans la littérature, notamment dans : Cordier, A. (2016b). Pratiques translittéraciques juvéniles et imaginaires croisés d’acteurs : Une question de genre ? Revue de Recherches en Littérature Médiatique Multimodale, n°4, décembre 2016.

⁷⁸ Scheerder, J.A. et al (2019). Internet use in the home: Digital inequality from a domestication perspective, New Media & Society, volume 21, number 10, pp. 2,099–2,118.



des accompagnements, en se rendant compte ce qu'il est possible de réaliser avec les outils qu'ils ne maîtrisent pas.

Une influence forte des variables de parcours et des variables socio-démographiques sur l'évolution du sentiment d'aisance

En résumé, pour les publics de la médiation, différents facteurs jouent sur l'évolution du sentiment d'aisance :

- **L'intensité de l'accompagnement** : les parcours les plus longs (en termes de nombre de séances) sont ceux qui sont les plus propices à améliorer l'aisance des publics.
- **Le diplôme** : les moins diplômés sont ceux dont l'aisance évolue le moins suite aux accompagnements (bien que l'évolution aille dans le sens d'une amélioration). En effet, l'aisance des non-diplômés s'est accrue dans 77% des cas, contre 82% des diplômés du bac ou du supérieur. Cela rejoint les éléments de la littérature faisant le lien entre capital culturel (ici le diplôme) et le niveau d'appropriation des outils numériques : l'aisance chez les non-diplômés reste inférieure à celle des diplômés même après accompagnement. A ce stade, il est difficile de dire si un phénomène de rattrapage peut intervenir à plus long terme avec un accompagnement spécifique.
- **La génération** : les publics les plus jeunes expriment une aisance moyenne plus forte avec les outils numériques avant leur accompagnement que le reste de l'échantillon. Toutefois ils n'ont pas plus le sentiment d'avoir progressé que les autres. A noter qu'ils viennent pour des parcours en moyenne plus courts que l'ensemble de l'échantillon.
- **Le genre** : l'autoévaluation des femmes de leur aisance vis-à-vis du numérique est significativement plus basse avant les accompagnements, mais cette notation connaît un effet de rattrapage par la suite.

UN ACCOMPAGNEMENT QUI AGIT SUR LE RAPPORT EMOTIONNEL AU NUMERIQUE

Les temps de médiation numérique jouent sur le rapport subjectif des personnes à l'égard du numérique : ils se sentent plus à l'aise avec le numérique, et ont l'impression de pouvoir réaliser de nouvelles actions, qu'ils mettent à profit dans différentes situations de la vie. Mais qu'est ce qui permet ce changement de rapport subjectif au numérique ?

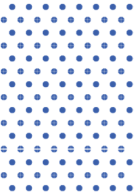
Le développement des usages numériques d'une personne est conditionné, premièrement par l'accès au matériel et infrastructures nécessaires (accès aux équipements, à une connexion internet ...) et deuxièmement, par le fait de disposer de compétences nécessaires pour utiliser les technologies (compétences opérationnelles notamment). Une troisième dimension est également cruciale pour le développement des usages numériques : une réelle appropriation des technologies numériques et le développement d'usages de nature à améliorer le bien-être d'un individu qui ne peut se faire qu'à partir d'une perception positive de ce que le numérique peut apporter et de sa capacité individuelle à en bénéficier. **En d'autres mots il est nécessaire que l'utilisateur perçoive une « signification d'usage »⁷⁹ positive aux technologies numériques.**

Or plusieurs études mises en exergue au sein du rapport de l'ANCT, CREAD, CREDOC, GIS M@rsouin80 sur le sujet de l'éloignement du numérique soulignent qu'une partie de la population, particulièrement les catégories les plus modestes, n'ont pas confiance dans leur intérêt et compétences à utiliser le

Notes

⁷⁹ Pitaud P., Deschamps R. (2021), Personnes âgées, technologies numériques et ruptures du lien social : risques de l'exclusion ou leurs de l'inclusion ?, dans Pitaud P. (dir.) Vieillir dans une société connectée. Quels enjeux pour le vivre ensemble ?, Toulouse, Érès, p. 33-81.

⁸⁰ ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@rsouin, La société numérique française : définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. op.cit. p.25 au sein de la sous partie « In-capabilités et éloignement du numérique ».

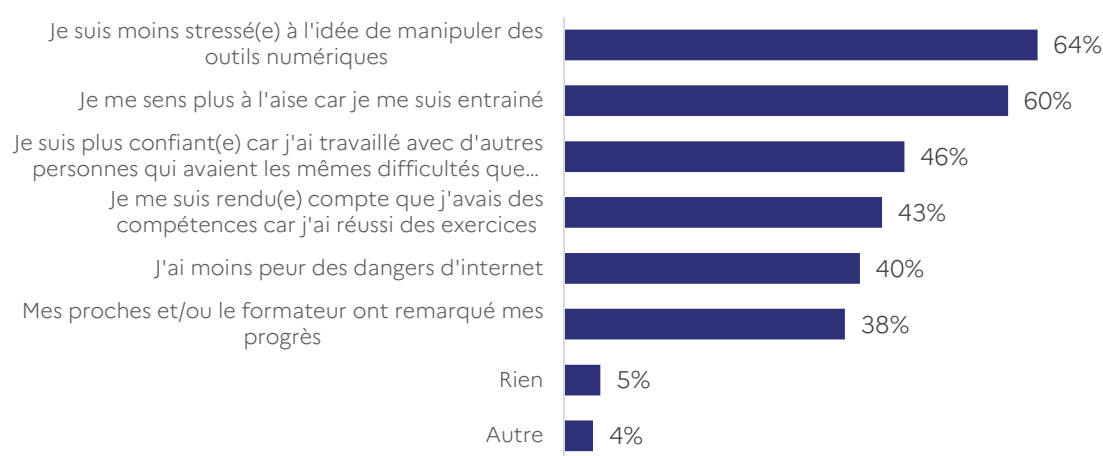


numérique. Ils ne perçoivent pas le numérique comme un vecteur d’opportunité et en appréhendent négativement l’usage. En ce sens, nous nous sommes intéressés au rôle des accompagnements des conseillers numériques sur le rapport des publics au numérique, et la capacité de ces accompagnements à améliorer le sentiment de compétence des individus face au numérique. Nous mobilisons pour cette analyse le travail du psychologue Albert Bandura⁸¹, présenté dans l’introduction.

Des accompagnements qui agissent sur la confiance en soi et la confiance en l’outil

Les accompagnements des conseillers numériques permettent en premier lieu de **diminuer le stress éprouvé face aux outils numériques, et d’accroître le sentiment d’aisance via l’entraînement**, la mise en pratique.

Graphique 32 - Source du changement de rapport au numérique (n=1314)



La médiation numérique, en présence d’un interlocuteur humain joue un rôle prépondérant en termes de réassurance des publics. Ces accompagnements permettent aux publics de reprendre confiance en leur capacité à se servir d’outils numériques (confiance en soi), et aussi de développer une confiance plus grande dans l’outil lui-même. Cela fait écho à l’enquête menée dans le cadre du programme national de recherche portant sur les conseillers numérique⁸², qui souligne que selon les conseillers numériques, la réassurance est la seconde raison pour laquelle les publics viennent à leur rencontre, après l’accompagnement aux outils numériques.

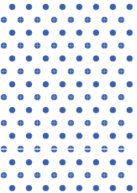
Sur le terrain, une large part des publics s’exprime démunie face au numérique, notamment du fait d’inquiétudes ou d’anxiété liées à son usage. Cette anxiété est encore plus marquée pour les démarches administratives, qui recouvrent des enjeux importants, notamment d’accès aux droits, et qui laissent peu de place à l’erreur⁸³. Certains publics viennent pour bénéficier d’un interlocuteur qui pourra les guider, les rassurer et répondre à leurs questions au cours de la démarche. **L’un des enjeux de la médiation est de dédramatiser l’usage du numérique.**

Notes

⁸¹ Bandura, Albert (1997) *Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle*. Trad Jacques Lecomte, 2002 (Self Efficacy, 1997)

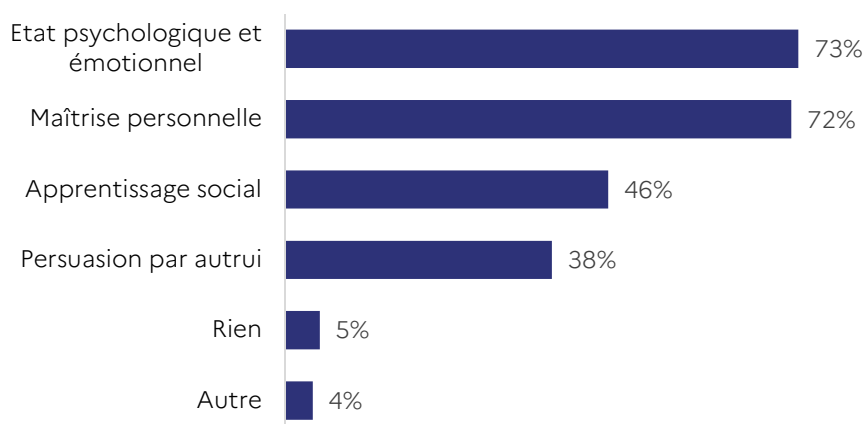
⁸² Mazet, P. (2023). « Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. Synthèse des résultats d'étape de l'enquête quantitative du programme national de recherche ». *op. cit.*

⁸³ Malgré le développement du « droit à l'erreur », inscrit dans la loi en ESSOC en 2017 et renforcé dans la loi ASAP de 2020.



En reprenant les items proposés plus haut et en les recoupant avec les sources du sentiment de compétence exposées par Bandura, il apparaît clairement que la modification de l'état psychologique et émotionnel joue fortement sur le sentiment de compétence des publics, ainsi que la maîtrise personnelle.

Graphique 33 - Sources d'évolution du sentiment de compétence des publics (n=1260)



Selon les publics, l'impact des temps de médiation sur leur état psychologique et émotionnel vis-à-vis du numérique est plus ou moins fort. Ce sont les publics les plus jeunes (moins de 59 ans) qui sont les moins sensibles à cet aspect (13 points de moins que la population générale). Ces publics, en moyenne plus à l'aise avec le numérique avant les accompagnements, sont moins bloqués par un sentiment d'anxiété face aux outils. Ils ont notamment grandi dans une société plus exposée au numérique que leurs aînés, et sont plus familiarisés avec l'univers du numérique, même s'il existe une forte hétérogénéité parmi les publics jeunes.

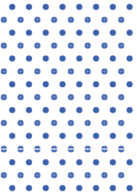
La maîtrise personnelle est le second mécanisme qui joue sur le rapport des publics au numérique. Le fait de s'exercer a permis à 72% des publics de se sentir plus compétents avec le numérique. Cela illustre la forte **dimension pratique des accompagnements des conseillers numériques** : lors des accompagnements, les conseillers guident les publics pas à pas en faisant avec eux les gestes techniques. Les observations de terrain soulignent cet aspect : les accompagnements permettent aux publics de s'entraîner en temps réel, avec des modules de pratiques mis en place par les conseillers numériques.

L'apprentissage social et la persuasion par autrui influent moins sur le changement de rapport des publics au numérique. Néanmoins, l'effet de la persuasion par autrui est plus fortement présent pour les publics qui étaient le moins à l'aise avec le numérique et qui ont suivi des accompagnements individuels. Ce cadre d'accompagnement renforce la place des retours (« feedback ») du médiateur, c'est-à-dire d'un interlocuteur humain, sur les actions et progrès de la personne accompagnée. L'apprentissage social est quant à lui présent principalement pour les publics qui ont suivi des accompagnements collectifs, et d'autant plus lorsqu'ils connaissaient déjà une personne du groupe.

Des publics aux objectifs variés

De ces différentes observations découlent différents profils de publics aux perspectives pédagogiques différentes :

- **Des publics qui viennent pour apprendre**, mais pour qui le premier travail est celui d'une acculturation au numérique et à ses outils. Ce sont des publics âgés, pour qui l'effet générationnel joue, avec une moindre socialisation aux outils numériques au cours de leur vie. Ces publics ont un sentiment de progrès marqué, et une aisance par rapport au numérique qui s'améliore en partie grâce à la découverte des outils et par la pratique, **mais surtout grâce à un travail sur leur rapport**



psychologique et émotionnel au numérique. Il s'agit souvent de lever les premières appréhensions que peut susciter le numérique, de se familiariser avec cet univers.

- **Des publics qui consolident leurs premiers acquis,** pour qui la pratique (maîtrise personnelle) joue plus que les autres dans le sentiment de compétence, en plus d'une évolution de leur rapport psychologique et émotionnel au numérique. Ils ont un sentiment de progrès marqué, et progressent sur des compétences plus différenciantes (créatives et sociales). Ce sont des profils avec un capital culturel élevé (mesuré par le niveau d'étude).
- **Des publics qui ne viennent pas dans une perspective d'apprentissage :** certains publics viennent pour une aide ponctuelle sur un sujet précis, par exemple sur les démarches administratives. Ils ne s'inscrivent pas dans un parcours long d'autonomisation. Leur sentiment de montée en compétence est faible, car ce n'est pas l'objectif premier de leur accompagnement, notamment car ils se sentent en moyenne plus à l'aise avec le numérique que le reste de l'échantillon. L'accompagnement porte moins sur une acculturation au numérique, mais plutôt sur des cas précis où la personne se sent en difficulté.

CONCLUSION DU CHAPITRE 3 – L'ÉVOLUTION DU RAPPORT AU NUMÉRIQUE

L'enquête montre un taux de satisfaction très élevé des personnes ayant bénéficié de l'accompagnement d'un conseiller numérique. La quasi-unanimité des publics considère que le conseiller numérique a répondu à leurs attentes, et qu'ils ont progressé dans leur usage du numérique grâce au conseiller.

Au-delà de ces grands agrégats, l'enquête visait à spécifier la nature des progrès perçus par les publics, et plus largement l'évolution de leur rapport au numérique grâce à l'accompagnement des conseillers numériques. Dans quelle mesure l'accompagnement par le conseiller numérique renforce leur « pouvoir d'agir », avec des applications concrètes dans leur vie quotidienne ou future ? L'enquête montre que les conseillers numériques renforcent la confiance en l'outil chez les personnes, en agissant notamment sur l'état émotionnel et psychique face au numérique : **le numérique, à l'issue de l'accompagnement, est moins perçu comme un danger ou un risque et davantage comme une opportunité.** Les domaines d'usage dans lesquels les personnes ont le sentiment d'avoir progressé sont diversifiés. Il s'agit, déjà, de progrès dans les démarches administratives, par l'effet combiné des apprentissages numériques d'une part, et de la « remédiation » de la relation aux administrations opérée d'autre part. Mais les progrès perçus touchent à de nombreux autres champs : grâce aux conseillers numériques, les personnes savent mieux utiliser le numérique dans les échanges avec leurs proches, les loisirs, l'information, la formation, la vie quotidienne...

Dans les sources de la montée du sentiment de compétence (pourquoi se sent-on plus à l'aise après l'accompagnement ?), plusieurs éléments explicatifs apparaissent : le fait d'avoir appris en groupe semble important (la dimension collective et sociale de l'accompagnement), mais aussi le fait d'avoir été accompagné par quelqu'un, un intermédiaire « humain » pour se former sur « la machine ». Le fait d'avoir été encouragé par le conseiller numérique, et de voir ses progrès reconnus par lui compte, tout comme la capacité à avoir pu s'entraîner avec lui, dans un cadre pré-établi.

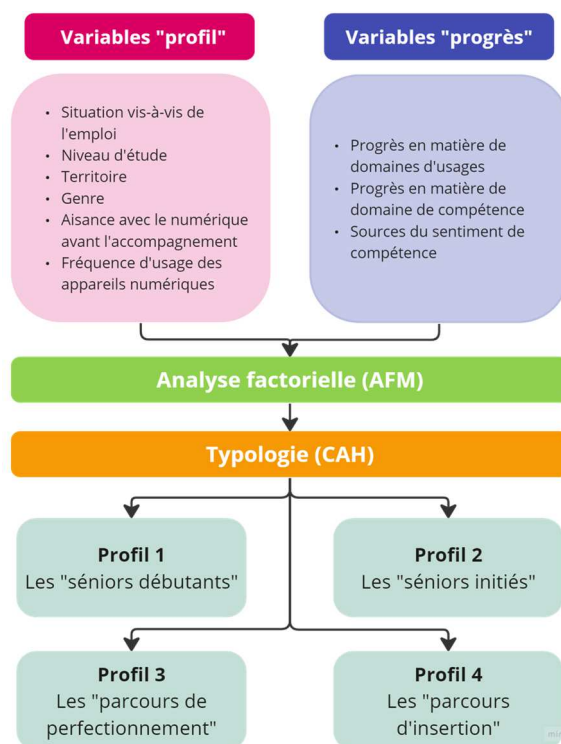
CHAPITRE 4. TYPOLOGIE DES BÉNÉFICIAIRES DE LA MÉDIATION NUMÉRIQUE

L'analyse des caractéristiques des publics, de leurs parcours et de l'évolution de leur rapport au numérique (présentée dans les chapitres précédents) fait apparaître plusieurs logiques qui sous-tendent la façon dont ces dimensions s'articulent. Les caractéristiques spécifiques des publics sont liées à des logiques d'usage et des niveaux d'aisance vis-à-vis du numérique qui sont eux-mêmes liés à des types de parcours de médiation numérique et à des trajectoires d'évolution du rapport au numérique. Tout en gardant à l'esprit que la singularité des cas individuels n'est jamais totalement capturée par une approximation statistique, il est possible de construire une typologie et de faire apparaître quatre grands profils de bénéficiaires, regroupant des individus qui présentent des ressemblances sur l'ensemble des dimensions considérées.

METHODOLOGIE

Deux techniques statistiques ont été utilisées pour construire la typologie⁸⁴.

- En premier lieu, une **analyse factorielle multiple (AFM)** a été réalisée sur deux ensembles de variables : un premier groupe décrivant le profil des individus avant l'accompagnement ; un second décrivant les différents types de progrès ressentis par les individus à l'issue de l'accompagnement. L'AFM permet de « résumer » l'information contenue dans un grand ensemble de données et de dégager des facteurs synthétiques qui expliquent la plus grande partie des différences et des ressemblances entre les individus. Elle permet également de visualiser ces facteurs sur un graphique simple à appréhender⁸⁵.
- Ensuite, une **classification ascendante hiérarchique (CAH)** a été appliquée aux résultats de l'AFM, pour produire la typologie en partant des facteurs synthétiques dégagés par l'AFM. La CAH permet de « découper » l'ensemble des individus en plusieurs classes les plus homogènes possibles, en les regroupant avec ceux dont ils sont le plus proche, et en les séparant de ceux dont ils sont le plus éloignés.



La typologie ainsi dégagée ne regroupe pas des individus semblables en tous points, mais permet d'apprécier les grandes logiques qui sous-tendent la cohérence des profils individuel. Si les catégories

Notes

⁸⁴ L'analyse factorielle multiple et la classification ascendante hiérarchique ont été réalisées sur la logiciel R, à l'aide du package GDAtools développé par Nicolas Robette, et du package Factoextra développé par Alboukadel Kassambara et Fabian Mundt.

⁸⁵ Les résultats de l'AFM sont détaillés en annexe de ce rapport.

construites conservent une certaine variabilité interne, leur interprétation permet néanmoins de décrire des « types idéaux » qui constituent une précieuse aide à la compréhension.

Précaution méthodologique

L'analyse factorielle et la classification ont été réalisées à partir des questionnaires pour lesquels les personnes ont répondu à toutes les questions correspondant aux variables intégrées dans les calculs, sans réponse manquante. De ce fait, **l'échantillon de référence est moins important que celui utilisé dans les trois premières parties du rapport (N=1178)**, et les résultats portant sur l'ensemble peuvent légèrement différer de ceux présentés plus haut. Ils sont ici mentionnés à titre de comparaison avec les quatre profils.

QUATRE PROFILS DE BENEFICIAIRES

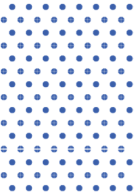
Avant de les décrire plus finement dans l'ensemble des dimensions qui les caractérisent, les quatre catégories dégagées par la typologie peuvent en premier lieu être décrites par leurs principales caractéristiques sociodémographiques.

Tableau 4 – Description des catégories de la typologie (en colonnes) par la situation vis-à-vis de l'emploi, de l'âge, du niveau de diplôme et du genre (en lignes)

	Séniors débutants (26%, n=303)	Séniors initiés (35%, n=414)	Parcours de perfectionnement (26%, n=311)	Parcours d'insertion (13%, n=150)	Ensemble (100%, n=1178)
Retraités	87%	81%	59%	19%	69%
Inactifs	6%	7%	3%	4%	5%
En form./rech. d'emploi	2%	5%	9%	61%	12%
En emploi	5%	7%	29%	16%	13%
72 ans et +	41%	38%	21%	7%	30%
66 – 71 ans	27%	25%	23%	7%	22%
59 – 65 ans	23%	23%	22%	15%	22%
- de 59 ans	9%	14%	34%	72%	25%
Aucun diplôme	13%	8%	2%	51%	13%
Bac ou inf.	74%	70%	55%	47%	64%
Supra bac	14%	22%	43%	3%	23%
Homme	24%	24%	33%	39%	28%
Femme	76%	76%	67%	61%	72%

Note de lecture : la catégorie des « séniors débutants » comprend 87% de personnes retraitées, ces dernières sont en surreprésentation (valeur en bleu dans ce cas ; en rouge en cas de sous-représentation) par rapport au taux de personnes retraitées dans l'échantillon total (69%).

La catégorie des « séniors débutants » et celle des « séniors initiés » sont celles qui se distinguent le moins de ce point de vue : toutes deux sont composées en grande majorité de personnes retraitées (respectivement 87% et 81%) et de femmes (76% pour les deux catégories), et présentent des structures d'âge similaires. Les deux profils se distinguent cependant par le niveau de diplôme : aux extrêmes, les « séniors débutants » présentent un taux de diplômés de niveau supérieur au bac inférieur à celui de l'échantillon total (14% vs 23%) ; les « séniors initiés » présentent un taux de personnes sans aucun diplôme inférieur à celui de l'échantillon total (8% contre 13%). Comme il sera détaillé plus loin, ces deux premières



catégories se distinguent par ailleurs du point de vue de leur rapport au numérique et à l'accompagnement des conseillers numériques. Les deux catégories prises ensemble regroupent 61% de l'échantillon total.

La catégorie des « **parcours de perfectionnement** » se distingue par une surreprésentation des personnes en emploi, avec un taux de 29% contre 13% dans la population totale. Corrélativement, cette catégorie rassemble des individus globalement plus jeunes, avec une proportion plus grande des moins de 59 ans que dans l'échantillon total. Les personnes dotées d'un diplôme supérieur au bac sont par ailleurs très nettement surreprésentées (43% contre 23% dans l'échantillon total) dans la catégorie et représentent près de la moitié des individus du profil. Bien que majoritaires, les femmes sont moins nombreuses en proportion que dans l'échantillon total (67% contre 72%). La catégorie représente 26% de l'échantillon total.

La catégorie des « **parcours d'insertion** » se caractérise quant à elle par une forte proportion de personnes en formation ou en recherche d'emploi (61% contre 12% dans l'échantillon total), et rassemble des individus beaucoup plus jeunes que les trois autres catégories : 72% ont moins de 59 ans, et 25% ont moins de 22 ans. La catégorie présente par ailleurs la plus forte proportion de personnes sans aucun diplôme (51%), et la plus forte proportion d'hommes (39%). Cette catégorie est celle qui rassemble le moins d'individus : elle représente 13% de l'échantillon total.

1. Les « **séniors débutants** » (25,7%, n=303)

Le premier profil caractérise des individus en démarche d'acculturation avec les outils et le domaine du numérique. Les « séniors débutants » sont les moins à l'aise avec le numérique avant l'accompagnement, et ceux pour qui les progrès se concentrent sur les dimensions élémentaires du numérique : maîtrise du matériel et connexion à internet.

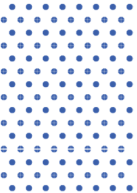
- **Des profils débutants, « pas du tout à l'aise » avec le numérique.** 70% des individus de la catégorie se déclarent « pas du tout » à l'aise avec le numérique avant leur accompagnement par le conseiller numérique, contre 35% de l'échantillon total.
- **Des accompagnements « soutenus » et « intensifs ».** 74% des individus de la catégorie ont suivi un accompagnement « soutenu » (entre 8 et 12 séances) ou « intensif » (plus de 13 séances).
- **Des progrès qui se concentrent sur :**
 - **La prise en main des outils numériques.** Les individus de la catégorie sont ceux qui déclarent le plus souvent des progrès en matière de compétences opérationnelles (92% d'entre eux vs 62% pour l'ensemble de l'échantillon). Le deuxième domaine de compétence sur lequel les individus de la catégorie déclarent des progrès est le domaine informationnel (82% des individus de la classe, contre 72% de l'échantillon total).
 - **Le domaine des échanges, de la détente et de la culture.** Le domaine d'usage dans lequel les individus de la catégorie déclarent le plus souvent des progrès est le domaine des échanges avec des proches (74% d'entre eux contre 36% de l'ensemble de l'échantillon). Vient ensuite le domaine d'usage lié à la détente et à la culture (59% contre 34% de l'échantillon total).
- **L'importance de la réassurance dans les progrès déclarés.** Si l'état psychologique reste la principale source de montée en compétence (88% de la classe vs 73% de l'échantillon), les individus de cette catégorie déclarent plus souvent que les autres l'importance de la persuasion par autrui dans leurs progrès ressentis (66% des individus de la classe vs 39% de l'échantillon total).

- **Une femme de 71 ans, retraitée, vivant en couple dans une petite commune rurale de l'Eure.** Dotée d'un certificat d'études, elle a travaillé en tant qu'employée, et estime aujourd'hui avoir un niveau de vie « correct ». Ne se sentant « pas du tout » à l'aise avec le numérique, elle se sert tous les jours de son téléphone portable, une à deux fois par semaine de son ordinateur portable, principalement pour échanger avec des proches et des amis et se former, trouver des ressources en ligne. Elle n'utilise jamais de tablette. Elle a entendu parler du conseiller numérique par sa commune, et a décidé de suivre son accompagnement pour « apprendre les bases », mais aussi par curiosité. Son accompagnement a porté sur les thématiques de la prise en main du matériel et de la connexion à Internet. Après 11 séances individuelles, elle a le sentiment d'avoir progressé sur ses compétences opérationnelles, sociales et informationnelles, et dans le domaine d'usage des loisirs et de la culture.
- **Une femme de 82 ans, retraitée, vivant seule dans une grande ville de la Marne.** Elle a un niveau de diplôme correspondant au certificat d'études, a exercé un métier entrant dans la catégorie des « employés », et estime avoir aujourd'hui un niveau de vie confortable. « Pas du tout » à l'aise avec le numérique avant son accompagnement par le conseiller numérique, elle n'utilise jamais d'ordinateurs, mais utilise tous les jours son téléphone portable, et une à deux fois par semaine sa tablette, principalement pour se détendre, se cultiver et pour gérer son budget. Elle ne possède pas de connexion internet à son domicile. Elle a entendu parler du conseiller numérique en se rendant à la Poste, et à décider de suivre son accompagnement, par curiosité et pour se perfectionner. Elle a suivi 20 séances individuelles, et a le sentiment d'avoir progressé sur ses compétences opérationnelles, informationnelles et sociales. En particulier, elle déclare avoir appris à « télécharger une application ». En matière de domaine d'usage, elle a le sentiment d'avoir progressé en matière de loisirs et de culture, ainsi que dans la gestion de son budget. Elle se déclare tout à fait satisfaite de son accompagnement.

2. Les « séniors initiés » (35,1%, n=414)

Le deuxième profil présente une forte montée en compétence : caractérisés par un niveau moyen et par une faible aisance avec le numérique au départ, les individus de la catégorie sur-déclarent des progrès dans le plus grand nombre de compétences d'usage et de domaines d'usage. Les « séniors initiés » se distinguent également des « débutants » par un niveau de diplôme légèrement supérieur, ainsi que par une proportion moins importante d'ouvriers et d'employés, et une part plus importante de professions intermédiaires, laissant supposer une socialisation professionnelle les ayant placés plus fréquemment et plus précocement au contact du numérique.

- **Des profils peu à l'aise avec le numérique, mais plus à l'aise que les « débutants ».** 30% des individus de la catégorie se déclarent « pas du tout » à l'aise avec le numérique, ce qui est significativement moins que le taux observé pour les « séniors débutants » (70%) et que celui de l'échantillon total (35%). Le plus souvent, les « séniors initiés » ne sont « pas vraiment » à l'aise avec le numérique (43%), et une minorité se déclare « à l'aise » (6,5%).
- **Des retraités, avec un niveau de diplôme légèrement plus élevé que les « séniors débutants ».** La classe se compose à 81% de retraités, déclarant un niveau d'études infra-bac à 61 %, mais également un niveau d'études supra-bac pour 22% d'entre eux (contre 14% pour les « séniors débutants »). Les individus de la catégorie ont en moyenne 74 ans.
- **Des accompagnements « soutenus » et « intensifs ».** 70% des individus de la catégorie ont suivi un accompagnement « soutenu » ou « intensif ».
- **Des profils de progrès en matière de compétence d'usage qui se distinguent à la fois par des progrès plus fréquents dans tous les domaines, et par une nette surreprésentation des progrès dans les compétences créatives.** Les individus de la catégorie déclarent des progrès dans les domaines social, informationnel et créatif plus souvent que l'ensemble de l'échantillon et plus souvent que les autres classes. Les « séniors initiés » se distinguent ici des « séniors débutants » sur deux points :



les premiers progressent plus souvent que les seconds dans le domaine des compétences créatives (55% contre 36% ; 43% pour l'échantillon total), et moins souvent dans le domaine des compétences opérationnelles (79% contre 92% ; 62% pour l'échantillon total).

- **Des progrès concentrés dans les domaines des démarches administratives en ligne, de la gestion du budget et du soin.** Le profil de progrès en matière de domaine d'usage est ce qui distingue le plus la catégorie des « séniors initiés » des « séniors débutants ». Les premiers déclarent pour 83% d'entre eux avoir progressé dans le domaine des démarches administratives en ligne (contre 30% des seconds), pour 45% avoir progressé dans la gestion du budget (contre 17%), pour 44% avoir progressé dans le domaine du soin (contre 14%).
- **Le profil de progrès le plus associé au sentiment de maîtrise personnelle.** Les individus de la catégorie déclarent, pour 85% d'entre eux, un sentiment de montée en compétence associé au sentiment de maîtrise personnelle (vs 74% de l'échantillon total), attestant d'une progression allant au-delà de la simple acculturation au numérique, pour tendre vers une appropriation des outils et de leurs applications, et se distinguant par-là des « débutants » dont l'évolution est davantage exprimée en termes de réassurance face à des usages dont ils se sentaient plus éloignés.

Encadré 2 - Quelques individus parmi les plus typiques de la catégorie

– **Une femme de 68 ans, retraitée, vivant seule dans une ville moyenne, dans le département des Vosges.**

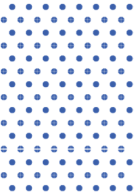
Titulaire d'un diplôme de niveau bac+3, elle a exercé un métier de la catégorie des « professions intermédiaires ». Elle déclare un niveau de vie « correct », et se sert tous les jours de son ordinateur portable, de son téléphone portable et de sa tablette, et au moins une fois par semaine de son ordinateur fixe, essentiellement pour organiser ses déplacements, effectuer ses démarches administratives et gérer son budget. Elle a décidé d'elle-même de suivre l'accompagnement proposé par le conseiller numérique, après en avoir entendu parler par ses proches qui en avaient déjà bénéficié, dans l'optique de se perfectionner dans l'usage des outils numériques et pour obtenir de l'aide. En particulier, elle souhaitait apprendre comment mettre en place des QR Code. « Pas du tout à l'aise » avec le numérique avant son accompagnement, après 20 séances collectives, elle estime avoir progressé dans le domaine des compétences opérationnelles et informationnelles, ainsi que dans les domaines d'usage liés au soin, à la gestion du budget, et aux déplacements. Elle estime que l'entraînement et la reconnaissance de ses progrès par le formateur et son entourage ont eu un impact positif sur sa progression. Elle se sent également moins stressée à l'idée de manipuler des outils numériques. L'accompagnement a tout à fait répondu à ses attentes.

– **Une femme de 75 ans, retraitée, vivant en couple dans une petite ville de Charente-Maritime.**

Elle a un niveau d'étude correspondant au baccalauréat, et a travaillé en tant qu'employée. Elle se sert tous les jours de son ordinateur portable et de son téléphone portable, mais ne possède ni ordinateur fixe ni tablette, dont elle ne se sert jamais. Ses usages du numérique se concentrent principalement sur la réalisation de démarches administratives, de soin, et des activités liées à la détente et à la culture. Elle a eu connaissance de l'accompagnement proposé par la conseillère numérique lors d'une autre activité collective proposée aux adhérents d'une association, durant laquelle la conseillère numérique s'est présentée. Elle a décidé de suivre l'accompagnement pour obtenir de l'aide, mais aussi par curiosité et pour se perfectionner dans ses usages du numérique. Initialement « pas vraiment à l'aise » avec le numérique, elle a été accompagnée dans la prise en main du matériel et dans l'utilisation d'internet, ainsi que sur des sujets plus spécifiques comme le classement et la sauvegarde des fichiers au sein de ses appareils et sur la thématique de la cybersécurité. Après 10 séances, mêlant accompagnement collectif et individuel, elle estime avoir progressé dans tous les domaines de compétence, et dans les domaines d'usage relatifs aux échanges, aux soins, aux démarches administratives en ligne. Aujourd'hui, elle déclare « ne plus demander d'aide », et se sent mieux armée pour progresser par elle-même. Elle est tout à fait satisfaite de l'accompagnement.

3. Les « parcours de perfectionnement » (26,4%, n=311)

Le quatrième profil caractérise des individus déjà relativement à l'aise avec le numérique et bénéficiant de l'accompagnement d'un conseiller numérique pour se perfectionner dans un domaine particulier,

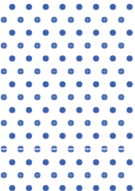


souvent associé à la maîtrise pratique d'un logiciel et aux domaines d'usages du travail et de la formation. Les individus de la catégorie sont déjà globalement familiarisés avec le numérique, et présentent des indices qui témoignent d'un niveau global de capital culturel plus élevé : les individus du profil appartiennent plus souvent que les autres à la catégorie des « cadres, professions intellectuelles supérieures » (15% contre 7% dans l'ensemble de l'échantillon), et sont le plus diplômés (43% des individus de la catégories ont un diplôme de niveau supérieur au bac, contre 23% de l'ensemble).

- **Des profils avancés, à l'aise avec le numérique.** 36% des individus de la catégorie se déclarent « moyennement » à l'aise, et 24% se déclarent « à l'aise ». Les « parcours de perfectionnement » présentent le taux le plus faible d'individus se déclarant « pas du tout » à l'aise (11%, contre 35% dans l'échantillon total).
- **Des individus plus souvent en emploi.** 29% des individus de la classe sont en emploi (contre 13% de l'échantillon total), taux le plus élevé parmi les quatre catégories. Les retraités, bien que sous représentés par rapport à l'échantillon total, restent les individus les plus nombreux de la classe (59% de la classe, contre 69% de l'échantillon total). Les moins de 59 ans représentent 34% de la classe, contre 25% de l'échantillon total.
- **Des profils plus diplômés.** 76% des individus de la catégorie ont un niveau d'étude équivalent ou supérieur au bac (vs. 43% de l'échantillon total).
- **Un accompagnement ponctuel et individuel.** Les individus de la catégorie sont ceux qui déclarent le plus souvent avoir bénéficié d'un accompagnement individuel (46% vs 36% de l'échantillon total) et ponctuel (49% vs 23% de l'échantillon total).
- **Des progrès en compétence d'usage concentrés sur les compétences créatives.** Les individus de la catégorie sous-déclarent des progrès dans tous les domaines par rapport à l'échantillon total, à l'exception des compétences créatives (46% vs 43% dans l'échantillon total). Ces individus sont par ailleurs ceux qui progressent le moins sur des sujets touchant aux démarches administratives (31% contre 46% de l'échantillon total).
- **Des progrès concentrés dans le domaine de la formation.** Alors que les progrès déclarés par les individus de la catégorie sont sous-représentés dans presque tous les domaines, ils sont nettement surreprésentés dans le domaine de la formation (trouver des ressources informationnelles et des cours en ligne) : 30% des individus de la classe contre 20% de l'échantillon total.
- **Des progrès peu associés à un sentiment de montée en compétence.** Les individus sous-déclarent systématiquement une perception subjective de changements concernant leur sentiment d'apprentissage social, de changement de leur état psychologique, ou d'un effet de la persuasion par autrui.

Encadré 3 - Quelques individus parmi les plus typiques de la catégorie

- **Un homme de 42 ans, vivant seul avec enfants, dans une petite commune du Doubs.** Diplômé après des études supérieures et en emploi, il utilise tous les jours son téléphone portable et son ordinateur portable, plus occasionnellement sa tablette, essentiellement pour le travail, les démarches administratives, et les activités de loisirs. Il a décidé, par curiosité, de suivre l'accompagnement du conseiller numérique après en avoir entendu parler par une association de sa commune. Les sujets abordés avec le conseiller numérique ont couvert l'administratif, l'usage des logiciels, ainsi que des sujets touchant aux intelligences artificielles et aux innovations technologiques en général. Relativement à l'aise avec le numérique avant son accompagnement, il déclare, après trois séances dont certaines en individuel et d'autres en collectif, avoir acquis des compétences en matière de création de contenu, et avoir le sentiment d'avoir « plutôt » progressé.
- **Une femme de 65 ans, vivant seule dans une petite commune du Gard.** Titulaire d'un diplôme bac+5 ayant occupé des fonctions relevant de la catégorie « cadres et professions intellectuelles supérieures », elle utilise tous les jours sa tablette et son téléphone portable, plus occasionnellement ses ordinateurs fixe et



portable, principalement pour se soigner, se déplacer, et gérer son budget. Elle a connu le conseiller numérique par le site internet de sa commune, et a souhaité suivre son accompagnement pour obtenir de l'aide, sur des sujets touchant aux démarches administratives en ligne et à l'usage des réseaux sociaux. Après quatre séances collectives, elle se déclare mieux armée pour vérifier la fiabilité des informations auxquelles elle accède en ligne, et trouve que l'accompagnement a répondu tout à fait à ses attentes.

4. Les « parcours d'insertion » (11,3%, n=150)

Le troisième profil caractérise des individus plus jeunes, présentant une aisance relative et un bon niveau moyen de compétence, et qui progressent essentiellement dans des usages « contraints » du numérique, associés aux démarches administratives et à la recherche d'emploi et/ou la formation. Ces individus sont également les moins bien dotés du point de vue du diplôme et du niveau de vie, et sont plus souvent orientés vers les conseillers numériques par une autre structure d'accompagnement. Ils sont également ceux qui utilisent le moins fréquemment d'outils numériques en dehors du téléphone : 28% n'utilisent jamais d'ordinateur fixe, d'ordinateur portable ou de tablette, contre 6% de l'ensemble de l'échantillon.

- **Des profils de niveau polarisés.** La classe présente le plus fort taux d'individus se déclarant « à l'aise avec le numérique » (33%, contre 13% pour l'ensemble de l'échantillon), mais également le deuxième taux le plus fort d'individus « pas du tout à l'aise » (32% contre 35% pour l'ensemble de l'échantillon).
- **Des individus en formation ou en recherche d'emploi, majoritairement sans aucun diplôme.** La catégorie se compose à 61% d'individus en formation ou en recherche d'emploi, et à 51% d'individus sans aucun diplôme.
- **Les individus les plus jeunes.** Les individus de la catégorie ont en moyenne 42 ans, avec une surreprésentation des moins de 20 ans (13% vs 2% de l'échantillon total) et des individus ayant entre 20 et 30 ans (23% vs 5% de l'échantillon total). Les moins de 59 ans représentent 72% de la classe (contre 25% de l'échantillon total), taux le plus fort parmi les quatre catégories de la typologie.
- **Un accompagnement ponctuel et individuel.** La majorité des individus de la catégorie est surtout, et plus souvent que les autres classes, accompagnée ponctuellement (53% contre 23% de l'échantillon total) et individuellement (57% vs 36% de l'échantillon total).
- **Des accompagnements plus souvent prescrits.** 52% des individus de la catégorie ont eu recours à l'accompagnement d'un conseiller numérique après avoir été orientés par une structure (score le plus fort entre les quatre classes), contre 27% de l'ensemble de l'échantillon. Les individus de la classe sont aussi ceux qui déclarent le plus souvent avoir été aidés pour la réalisation d'une démarche administrative dans le cadre de leur accompagnement (59% vs 45% de l'échantillon total).
- **Une classe plus « territorialisée » que les autres.** Les individus de la catégorie résident plus souvent que les autres dans des communes urbaines (71% contre 46% de l'échantillon total) et dans des quartiers politique de la ville (14% vs 6% de l'échantillon total).
- **Un niveau de vie inférieur à celui des autres catégories.** Les individus de la catégorie déclarent à 29% avoir un niveau de vie « faible » ou « très faible », contre 13% des individus de l'échantillon total.
- **Des progrès concentrés sur les démarches administratives, et surreprésentés dans le domaine du travail.** Le domaine dans lequel des progrès sont le plus souvent déclarés par les individus de la catégorie est le domaine des démarches administratives, avec un taux de 47% proche du taux observé sur l'échantillon total (51%). Les « parcours d'insertion » déclarent pour 17% d'entre eux progresser dans le domaine du travail. Bien que ce taux soit relativement faible, il est nettement supérieur à celui observé dans l'échantillon total (9%) et est le plus grand observé dans les quatre catégories.

- **Une femme de 19 ans, sans aucun diplôme et en recherche d'emploi.** Elle vit seule, dans une commune de 5000 habitants, dans les Hauts-de-France. Elle utilise son téléphone portable tous les jours, et très occasionnellement son ordinateur portable, principalement pour le travail et les démarches administratives, et pour échanger avec des proches. Elle était déjà à l'aise avec le numérique avant de bénéficier d'un accompagnement et déclarait des compétences dans les quatre domaines renseignés (opérationnel, informationnel, social et créatif). Elle a été orientée vers le conseiller numérique par une autre structure, pour obtenir de l'aide et débloquer une situation. Si après deux séances collectives, elle n'a pas le sentiment d'avoir développé de nouvelles compétences numériques, elle a le sentiment d'avoir progressé dans le domaine des démarches administratives, et trouve que l'accompagnement a de ce fait tout à fait répondu à ses attentes.
- **Un homme de 25 ans, ouvrier en emploi et sans aucun diplôme.** Il vit seul, dans une ville de plus de 50 000 habitants en Ile-de-France, et déclare un niveau de vie « très faible ». S'il se sert de son téléphone portable tous les jours, il n'utilise jamais d'ordinateurs, ni de tablette. Il ne dispose pas d'une connexion internet à son domicile. Il utilise le numérique principalement pour échanger avec des proches, pour se former et pour réaliser des démarches administratives. Il a été orienté vers le conseiller numérique par un travailleur social, pour trouver de l'aide. Pas très à l'aise au départ avec le numérique, après deux séances d'accompagnement, il se sent rassuré quant aux dangers d'internet, et a le sentiment d'avoir progressé dans sa capacité à se connecter à ses différents espaces personnels lors de démarches administratives. L'accompagnement a tout à fait répondu à ses attentes.

CONCLUSION DU CHAPITRE 4 – TYPOLOGIE DES BÉNÉFICIAIRES DE LA MÉDIATION NUMÉRIQUE

Cette typologie des bénéficiaires de la médiation numérique, issue d'une analyse factorielle multiple et d'une classification ascendante hiérarchique, permet de mettre en avant, au-delà des moyennes, des profils différenciés des publics des conseillers numériques. Cette typologie croise à la fois des données sur le profil des individus, du point de vue de leurs caractéristiques sociodémographiques et de leur rapport au numérique, et des données sur l'effet perçu de l'accompagnement.

Quatre profils-types se distinguent. Les « séniors débutants » comptent pour 25,7% des publics des conseillers numériques. Il s'agit des moins à l'aise avec les outils numériques, et des publics qui sont accompagnés le plus dans la durée. Ils ont le sentiment de progresser surtout dans le domaine des échanges, de la détente et de la culture. Les « séniors initiés » (35,1% des publics) sont un peu plus diplômés que les « séniors débutants » et ne se sentent pas à l'aise avec le numérique, mais quand-même plus que les « séniors débutants ». Là aussi, l'accompagnement par les conseillers numériques est intensif. Des progrès sont perçus par les personnes dans le domaine des démarches administratives, de la gestion du budget et de l'accès aux soins, usages que l'on pourrait décrire comme plus stratégiques et plus ardues que les domaines de progrès des séniors dits débutants. Les « séniors initiés » vont plus loin dans la courbe d'apprentissage, sans doute parce qu'ils sont partis de moins loin. Les publics en « parcours de perfectionnement » (26% des publics) sont des personnes qui viennent plus souvent pour un besoin de formation bien spécifique, sur l'utilisation d'un logiciel par exemple. Ce sont des personnes qui maîtrisent davantage l'univers du numérique, et en connaissent mieux les potentialités. Ils ont moins le sentiment de monter en compétences avec le conseiller numérique, car situés plus haut dans la courbe d'apprentissage. Pour autant, ils vont par exemple sur-déclarer des progrès dans le champ de la formation (mobilisation de l'outil numérique pour « se former ») : on peut supposer que le numérique est davantage synonyme de *pouvoir d'agir* pour ces publics. Enfin, les « parcours d'insertion » représentent un profil de public bien spécifique, même si minoritaire dans le panel (13% des publics). Il s'agit d'individus plus jeunes,



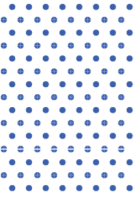
plus urbains, plus souvent en recherche d'emploi, plus masculins. Ils suivent l'accompagnement par le conseiller numérique dans le cadre d'une prescription par un autre organisme, et bénéficient d'un accompagnement souvent individuel et ponctuel. Leurs progrès sont concentrés dans le domaine des démarches administratives et dans le domaine du travail. Ce sont des personnes plus précaires économiquement, dont on peut penser que leurs apprentissages sont orientés vers une amélioration directe de leur situation matérielle : accès aux prestations sociales, accès à un emploi.

A travers cette typologie, qui révèle une diversité des besoins des bénéficiaires et des modalités d'intervention des conseillers, quatre grands régimes de médiation se dessinent :

- **L'acculturation au numérique**, au travers d'une appropriation du fonctionnement des équipements et d'une familiarisation avec la culture numérique. Ce régime semble particulièrement mobilisé par les conseillers numériques pour les profils de « séniors débutants ».
- **L'accompagnement vers des usages stratégiques du numérique** nécessitant, au-delà de la maîtrise du numérique comme outil, une capacité à identifier les ressources auxquelles il donne accès et les usages qu'il permet (se soigner, gérer sa vie quotidienne, etc.). Les « séniors initiés » vont relever davantage de ce régime de médiation.
- **Le développement de compétences spécifiques** pour des publics déjà à l'aise avec le numérique mais souhaitant, par goût personnel ou par nécessité professionnelle, se former sur des aspects plus techniques des applications numériques. C'est l'idéal-type des « parcours de perfectionnement » qui s'inscrit le mieux dans ce type de médiation.
- **Le soutien de publics en situation d'insertion** dans leurs interactions avec leur environnement institutionnel via le numérique. Le profil des « parcours d'insertion » décrit plus haut correspond parfaitement à cette forme de médiation numérique.

	Séniors débutants	Séniors initiés	Parcours de perfectionnement	Parcours d'insertion
Régime de médiation	Acculturation au numérique	Accompagnement vers des usages stratégiques	Développement de compétences spécifiques	Soutien dans les démarches administratives et professionnelles
Dimensions travaillées	- Prise en main des outils informatiques - Découverte de la navigation sur Internet	- Diversification des domaines d'usages et de compétences - Appropriation des ressources numériques	- Acquisition de compétences spécialisées - Accompagnement personnalisé, en réponse à une attente précise	- Soutien dans les interactions avec l'environnement institutionnel - Déblocages de situations dans le cadre d'un usage souvent contraint du numérique

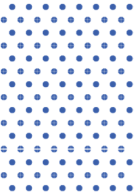
La typologie montre ainsi, au-delà de la diversité des profils accompagnés par les conseillers numériques, les formes différentes que peut prendre la médiation, et les utilités qu'elle recouvre. La différenciation des effets de la médiation numérique, au travers de ces quatre grands profils, met en avant les types de positionnement que peuvent avoir les conseillers numériques selon les publics, et peut instruire la réflexion en termes de politiques publiques. Le type de médiation et le type de profils accompagnés par tel ou tel conseiller numérique dépend en effet des objectifs stratégiques que se seront donnés les porteurs et financeurs de la médiation numérique sur le territoire (dans le cadre d'une stratégie locale d'inclusion numérique), et de la manière dont s'articulent les différents médiateurs numériques sur les



territoires : qui accompagne quels publics ? Et grâce à quels réseaux d'information et d'orientation ? A ce stade, les résultats de l'enquête montrent le positionnement relativement généraliste des conseillers numériques⁸⁶, qui rencontrent des publics aux profils variés, en majorité très novices, mais parfois plus pointus, avec un rôle certain en matière de réduction des inégalités sociales (dans la manière où il réduit les inégalités d'accès au numérique).

Notes

⁸⁶ A noter, notre enquête ne permet pas de relier les personnes accompagnées à « leur » conseiller numérique. On ne sait donc pas mettre en avant d'éventuels profils de conseillers numériques qui auraient plutôt tel ou tel type de publics. Notre enquête ne peut être analysée que de manière globale, avec des résultats qui concernent une population globale accompagnée par *tous* les conseillers numériques ayant relayé le questionnaire auprès de leurs publics.



CONCLUSION. LES CONSEILLERS NUMERIQUES, ENTRE MEDIATION ET REMEDIATION

UNE ENQUETE INEDITE, ET EXPLORATOIRE, AUPRES DES PUBLICS DES CONSEILLERS NUMERIQUES

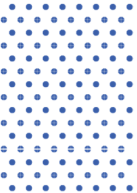
En 2021, dans le cadre de la stratégie nationale pour un numérique inclusif, le Programme Société Numérique de l'ANCT organise le déploiement de 4 000 conseillers numériques partout en France. Si la médiation numérique n'est pas nouvelle dans le pays, la mise en œuvre de ce dispositif multiplie les possibilités, sur les territoires, d'accompagner les Français qui le souhaitent dans une montée en compétences sur l'utilisation des outils numériques. Ce rapport présente les résultats d'une enquête inédite, exploratoire, auprès des publics des conseillers numériques, et a vocation à alimenter la réflexion des acteurs qui mettent en place des stratégies locales d'inclusion numérique. Quand on crée ou soutient des postes de médiation numérique, à quels publics s'adresse-t-on ? Quels effets peut-on en attendre ?

Cette enquête permet, autour du cas concret des conseillers numériques, d'analyser finement les profils actuels des publics de la médiation numérique, leurs attentes vis-à-vis de cette médiation, la manière dont se sont déroulés les accompagnements, et, surtout, les effets qu'ils ont sur les personnes, du point de vue de ces mêmes personnes. L'enquête s'appuie sur des variables subjectives (c'est-à-dire du déclaratif, et le recueil d'une perception par les personnes) pour apprécier le rapport au numérique des personnes accompagnées, avant et après l'accompagnement. L'enquête montre que dans les effets des accompagnements, il y a certes la capacité à faire « de nouvelles choses » avec le numérique, mais il y a aussi un sentiment d'aisance accru vis-à-vis des outils, une confiance renforcée en l'outil (la perception d'un outil source d'opportunités et pas uniquement source de risques et de dangers). C'est aussi grâce à ce rapport changé à l'outil, par le truchement du conseiller numérique, que la personne pourra continuer de se former, y compris après la médiation.

LA MEDIATION NUMERIQUE FACE A LA DIVERSITE DES FORMES D'ELOIGNEMENT

Les résultats de l'enquête permettent de spécifier les profils et les parcours des bénéficiaires des conseillers numériques, et de donner à voir la diversité de ces profils, à l'image du continuum de l'éloignement au numérique mis en avant dans de précédents travaux. Les profils et les parcours des bénéficiaires des conseillers numériques reflètent le caractère pluriel et multidimensionnel des formes de l'éloignement du numérique.

Du point de vue du rapport au numérique considéré en tant qu'outil, l'éloignement se repère au moins à deux niveaux. En premier lieu, celui des équipements numériques auxquels ont accès les individus, définissant la possibilité d'accéder concrètement au numérique – dimension matérielle de l'éloignement. Cet éloignement matériel n'est pas vrai pour tous les publics des conseillers numériques, il reste à la marge. Mais il est notamment observé chez un profil de publics que l'on a qualifié dans l'analyse de « parcours d'insertion ». Ces publics-là, plus jeunes, sont, certes, équipés de smartphones, mais ont moins accès à des ordinateurs ou des tablettes, et ont moins souvent accès à une connexion internet à leur domicile.



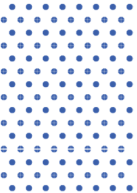
Ensuite, deuxième niveau d'éloignement du numérique en tant qu'outil, celui des compétences que les individus possèdent, et qui leur permettent de manipuler avec aisance les différentes interfaces et applications – dimension cognitive de l'éloignement. L'enquête a montré de ce point de vue que la majorité des publics des conseillers numériques étaient plutôt débutants. S'ils peuvent disposer de certaines compétences de base de l'utilisation du numérique (allumer ou éteindre l'ordinateur, utiliser la souris, ...), ils les actionnent encore difficilement. La médiation numérique, dans la plupart des cas, porte sur les premiers pas de l'utilisation de l'outil numérique.

Du point de vue du rapport au numérique en tant que constellation d'usages, un facteur central d'éloignement réside par ailleurs dans la capacité des individus à mobiliser un capital culturel spécifique correspondant aux exigences spécifiques d'un usage déterminé du numérique. Notamment, la plus ou moins grande familiarisation avec les rouages, les interfaces et les formulaires institutionnels (on parle de « capital administratif ») demeure décisive dans la capacité à accéder à des ressources informationnelles, aussi bien qu'à ouvrir des droits sociaux par le biais de démarches en ligne - dimension culturelle et symbolique de l'éloignement. La prégnance de l'accompagnement des démarches administratives dans les médiations numériques étudiées montre dans l'enquête qu'il s'agit bien, dans un certain nombre de médiations numériques, non seulement d'acquérir des compétences numériques, mais surtout de se former sur l'objet lui-même (le fonctionnement des administrations, le CV, ...) pour gagner en autonomie, non pas seulement sur le numérique, mais aussi sur les démarches administratives en tant que telles, les démarches de recherches d'emploi et les codes du marché du travail, ...

Il faut ajouter, dans les éléments descriptifs et explicatifs de l'éloignement au numérique, les facteurs qui relèvent plus strictement de la trajectoire biographique des individus. L'enquête confirme que la génération joue un rôle significatif, déterminant de la précocité plus ou moins grande de la socialisation numérique, et se traduisant concrètement par une plus ou moins grande aisance avec le numérique en tant qu'univers technique et culturel. Le niveau de diplôme est également déterminant du rapport au numérique des publics des conseillers numériques, facilitant la maîtrise des outils numériques mais aussi l'apprentissage continu dans ce domaine. Enfin, la socialisation professionnelle joue également un rôle important, distinguant les individus ayant eu accès aux outils numériques durant leur vie professionnelle, de ceux ayant exercé des métiers qui ne le requéraient pas. Aujourd'hui, les publics des conseillers numériques sont, en majorité, les publics séniors. Nous avons démontré qu'ils ne constituaient pas une catégorie homogène. Pour autant, il s'agit bien des publics qui se disent le moins à l'aise avec le numérique, et pour lesquels la dimension psychologique et émotionnelle dans le rapport au numérique compte le plus dans le rapport et l'outil. Ce sont les publics qui vont le plus souligner l'impact de la médiation numérique sur leur perception de l'outil en général. A l'issue de l'accompagnement, ils expriment être moins « stressés » face à l'outil, et moins inquiets des « dangers » qui y sont associés.

La question qui pourrait se poser, à terme, serait celle du rajeunissement des publics des conseillers numériques (qui pourrait être un objectif). Parmi les répondants à l'étude, les plus jeunes viennent le plus souvent dans le cadre d'un parcours auprès d'acteurs tiers : c'est la prescription qui les fait venir. Le rajeunissement des publics des conseillers numériques nécessiterait donc un travail en termes de coordination territoriale des acteurs de terrain. Il faudrait, pour faire venir ces publics jeunes chez les conseillers numériques, favoriser une orientation par les acteurs en lien avec des publics jeunes en situation de vulnérabilité avec le numérique (Education nationale, Mission locale, Pôle Emploi, formation professionnelle et continue, ...). Car ces publics viendraient moins d'eux-mêmes. Cela pose bien la question pour demain des contours de la médiation numérique (en tant que postes spécifiques, mais également en tant qu'extension des postes actuels d'accompagnement des publics), et des structures qui la portent.

Pour conclure, les publics des conseillers numériques, tels que cette enquête a permis d'en dresser un premier portrait, témoignent de formes d'éloignement qui se saisissent à l'intersection de ces coordonnées – dont la présente liste n'est bien entendu pas exhaustive. Ce rapport met en avant la manière dont la médiation numérique s'adapte et répond à des formes d'éloignement au numérique différentes, et souvent cumulatives, avec des régimes de médiation numérique différents d'une personne



à l'autre : dans certains cas déjà, acculturation au numérique (pour les seniors dits « débutants »), dans d'autres cas, plutôt un accompagnement vers des usages stratégiques du numérique (pour les seniors « initiés »). Mais la médiation numérique peut également signifier le développement de compétences spécifiques pour des publics déjà à l'aise avec le numérique (pour ce que l'on a appelé dans l'analyse les « parcours de perfectionnement »), ou encore, régime de médiation minoritaire mais qui se distingue à différents titres des autres régimes, le soutien de publics en situation d'insertion (pour les parcours dits d'insertion).

SOUTENIR LES PERSONNES « INCAPACITEES » PAR LE NUMERIQUE

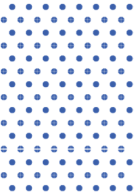
L'étude confirme également que l'éloignement du numérique doit se comprendre autant comme une distance *au* numérique – à la fois comme technique et comme vecteur donnant accès à des ressources, que comme une mise à distance *par* le numérique. Dans un article de 2019⁸⁷, Pierre Mazet développe l'idée d'une « incapacitation » produite par la numérisation croissante des démarches administratives, se traduisant par une mise à distance des ressources informationnelles permettant l'ouverture de droits sociaux. Autrement dit, cette forme particulière d'éloignement doit se comprendre comme la résultante d'une mise en contact directe (désintermédiation) de certains publics avec des interfaces institutionnelles qu'ils ne peuvent maîtriser, faute de disposer du capital informationnel spécifique requis.

C'est ce que semble indiquer la catégorie des « parcours d'insertion », produite par la typologie, et qui caractérise une partie non négligeable des publics des conseillers numériques : la fermeture progressive des traditionnels « guichets » appelle une demande de « re-médiation », c'est-à-dire de reconstitution, sous une autre forme, des intermédiaires humains qui permettent une essentielle régulation des rapports entre les individus et les institutions. De fait, nombre de conseillers numériques rencontrés durant les phases de terrain exploratoires témoignent d'un sentiment de travailler à l'intersection de plusieurs champs d'intervention, dans cette zone mal délimitée où peuvent se confondre les frontières de la médiation numérique et du travail social.

Ainsi, dans un contexte où l'accès aux ressources et aux droits est de plus en plus conditionné par la socialisation précoce à un environnement sociotechnique complexe, le travail des conseillers numériques se développe entre deux polarités. Il s'agit d'une part, en introduisant les publics aux possibilités offertes par le développement du numérique, de permettre des usages capabilisants du numérique et de favoriser l'émancipation des individus en développant leur pouvoir d'agir. Il s'agit d'autre part, de prévenir la « mise en incapacité » des personnes pour qui l'éloignement est dû en grande partie à l'environnement institutionnel et social dans lequel le numérique se déploie. L'étude montre ainsi que la médiation numérique permet aux personnes de progresser, d'une part, dans le domaine des démarches administratives en ligne (pour 52% des personnes accompagnées), mais aussi, d'autre part, dans de nombreux autres domaines, en première ligne desquels les échanges avec les proches et les amis, et l'accès à des contenus culturels, de détente et de loisirs. Au-delà de la moyenne, qui lisse les différences (et dans laquelle comptent beaucoup les réponses des seniors), la médiation aura aussi permis aux personnes dans les « parcours de perfectionnement » (26% des publics) de particulièrement progresser dans le domaine de la formation (ils auront mieux appris à se former grâce au numérique, c'est-à-dire à suivre des cours en ligne, à trouver des ressources, ...). Elle aura en outre permis aux personnes dans les « parcours d'insertion » (13% des publics) de progresser, en particulier, dans le domaine professionnel, c'est-à-dire dans la capacité à utiliser le numérique pour travailler ou chercher du travail. On voit bien ici l'intérêt de la médiation numérique pour donner accès aux personnes à différentes potentialités du

Notes

⁸⁷ Pierre Mazet, « Vers l'État plateforme. La dématérialisation de la relation administrative », *La Vie des idées*, 2 avril 2019. ISSN : 2105-3030. URL : <https://laviedesidees.fr/Vers-l-Etat-plateforme>

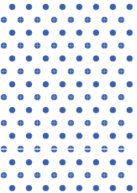


numérique : la médiation ne concerne pas seulement l'outil, mais s'applique directement à un objet (la recherche d'emploi, les démarches administratives, la mobilité, la gestion du budget, ...). En formant sur l'outil, elle forme aussi sur l'objet.

UN RAPPROCHEMENT DU NUMERIQUE QUI SE JOUE SUR LE TEMPS LONG

Pour finir, l'enquête montre le temps long dans lequel s'inscrit la médiation numérique, et plus généralement la montée en compétences des Français sur les outils numériques. Il est frappant de constater le nombre très important de séances avec le conseiller numérique dont ont bénéficié les personnes accompagnées. Les publics répondant à l'enquête ont bénéficié en moyenne de 12 séances (et elles ne sont pas toujours interrogées à la toute fin de leur parcours avec le conseiller numérique). C'est notamment le cas des publics seniors, qui, au travers de la médiation, se socialisent progressivement au numérique, et l'approprient. Si les progrès sont notés par la quasi-unanimité des publics (et encore plus chez les « novices », qui sont en bas de la courbe d'apprentissage), ils sont néanmoins à relativiser, pour prendre la mesure de la distance au numérique chez la majorité des publics des conseillers numériques, une distance qui, on l'a vu, s'exprime de façons très différentes selon les uns et les autres. Ainsi, les domaines de progrès sont multiples, mais ils restent, par exemple, concentrés chez les seniors débutants sur la dimension sociale et récréative de l'usage du numérique (qui demande a priori des compétences moins avancées), quand les seniors initiés, plus diplômés que les premiers, auront quant à eux souligné des progrès dans leurs démarches administratives, la gestion de leur budget et l'accès aux soins. Autrement dit, la médiation numérique joue bien un rôle sur la réduction des inégalités d'accès au numérique, mais elle ne peut prétendre à répondre de manière structurelle à l'ensemble des inégalités sociales ; lesquelles inégalités agissent en sous-main sur la capacité à développer des usages plus ou moins stratégiques du numérique.

Cette enquête propose un focus sur le temps de l'accompagnement par le conseiller numérique. Elle ne permet pas de resituer précisément cet accompagnement dans un avant et un après, c'est-à-dire une trajectoire plus longue du rapport au numérique des personnes. Que sont devenus ces publics après la médiation numérique ? Ont-ils continué de se former au numérique ? Comment ? Il serait intéressant d'élargir pour de futures études la focale temporelle d'analyse. Comment, au-delà de l'intervention relativement ponctuelle d'un conseiller numérique, les parcours de socialisation au numérique se construisent-ils pour les personnes ? Comment les acteurs publics, qu'il s'agisse d'autres formes de médiation numérique, mais aussi de professionnels mobilisés dans le cadre de politiques sectorielles (les politiques d'insertion, les politiques emploi, les politiques de développement économique, les politiques éducatives, les politiques familiales, les politiques autonomie, ...) s'articulent-ils et agissent-ils de concert auprès des publics éloignés du numérique ? La performance de nos dispositifs de médiation numérique au sens large se joue aussi dans la capacité à étayer ce rapport au numérique, dans tous les moments d'accompagnement et de formation des personnes.



BIBLIOGRAPHIE

ANCT, CREDOC, Université Rennes 2 CREAD-M@souin, La société numérique française: définir et mesurer l'éloignement numérique, 2023. *op.cit.*

Arcep/Credoc (2022) Baromètre du numérique. Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, édition 2022.

Arcep/Credoc (2023) Baromètre du numérique. Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, édition 2023

Bandura, Albert (1997) Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle. Trad Jacques Lecomte, 2002 (Self Efficacy, 1997)

Bourdieu P., « Les trois états du capital culturel », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1979, n°30, pp.3-6.

Colley & Comber, 2003 dans Bonnot, V., Boulc'h, L., & Delgoulet, C. (2013). Usage des outils informatiques et des plateformes d'enseignement par les étudiants: le rôle du stéréotype de genre. L'orientation scolaire et professionnelle, (42/4).

Cooper J. & Weaver K.D. (2003) *Gender and Computers: Understanding the Digital Divide*. Erlbaum Associates, Mahwah, NJ

Cordier, A. (2016). Pratiques translittéraciques juvéniles et imaginaires croisés d'acteurs : Une question de genre ? *Revue de Recherches en Littérature Médiatique Multimodale*, n°4, décembre 2016.

Denouël, Julie, and Fabien Granjon (2023). "La médiation numérique à l'épreuve de ses référentiels." *Formation emploi*. p. 43-63

De Haan J. (2004). "A multifaced dynamic model of the digital divide", in *IT and society*, vol. 1 n° 7, Stanford University, Summer 2004, p. 66-88

GIS M@souin, Enquête Capuni, 2019

Granjon, F., Lelong, B. & Metzger, J.-P. (2009). *Inégalités numériques : clivages sociaux et modes d'appropriation des TIC*, Paris : Lavoisier

Hatlevik, Ottestad, Throndsen (2015) Predicators of digital competence in 7th grade: A multilevel analysis, *Journal of Computer Assisted Learning*, 31 (3), p. 220-231

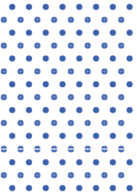
Insee , enquête emploi 2019

Insee (2021) Recensement de la population 2017, selon la nouvelle définition de la ruralité, présenté dans « La France et ses territoire », Insee Références, édition 2021.

M@souin, (2017) Enquête Capacity sur les usages du numérique des Français.

Mazet P., (2019) « Vers l'État plateforme. La dématérialisation de la relation administrative », *La Vie des idées*, 2 avril 2019. ISSN : 2105-3030. URL : <https://laviedesidees.fr/Vers-l-Etat-plateforme>.

Mazet, P., Pédrot, F., Lecollinet, L., & Sorin, F. (2021). Lieux et acteurs de la médiation numérique. Quels impacts des demandes d'aide e-administrative sur l'offre et les pratiques de médiation ? (Doctoral dissertation, LABACCES)



Mazet, Pierre (2023). Déploiement du dispositif conseillers numérique France service. Synthèse des résultats d'étape de l'enquête quantitative du programme national de recherche. Rapport du centre de recherche d'Askoria pour l'ANCT

Mednum, Agence nouvelle des solidarités actives (2022) La toile des capacités, Observatoire de l'inclusion numérique, édition 2022

Pasquier, D. (2018)., L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale, Paris : Presses des Mines.

Pasquier, D. (2022). Le numérique à l'épreuve des fractures sociales. Informations sociales, 205, 14-20

Pitaud P., Deschamps R. (2021), Personnes âgées, technologies numériques et ruptures du lien social : risques de l'exclusion ou leurre de l'inclusion ? dans Pitaud P. (dir.) Vieillir dans une société connectée. Quels enjeux pour le vivre ensemble ? Toulouse, Érès, p. 33-81.

Reisdorf, B. et al. (2020). Mobile Phones Will Not Eliminate Digital and Social Divides: How Variation in Internet Activities Mediates the Relationship Between Type of Internet Access and Local Social Capital in Detroit, Social Science Computer Review, mars.

Scheerder, J.A. et al (2019). Internet use in the home: Digital inequality from a domestication perspective, New Media & Society, volume 21, number 10, pp. 2,099–2,118.

Siblot, Y. (2006). Chapitre 1. S'occuper des papiers contrainte et débrouille. Dans : , Y. Siblot, Faire valoir ses droits au quotidien: Les services publics dans les quartiers populaires (pp. 27-64). Paris: Presses de Sciences Po.

Turet, A. (2012) L'impossible éducation critique et politique au numérique : territoires, dispositifs, métiers et acteurs, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Bordeaux-Montaigne. p. 291., déploiement des emplois d'avenir dans les espaces publics numériques

Van Deursen, A., Helsper, E. et Eynon, R. (2016). Development and validation of the Internet Skills Scale (ISS), Information, Communication & Society, volume 19, number 6, pp. 804–823.

Van Deursen, A., Van Dijk, J. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access, New media & Society, vol. 21, n° 2, pp. 354-375.

Yates, S. et Lockley, E. (2018). Social media and social class, American Behavioral Scientist, volume 62, number 9, pp. 1,291–1,316

ANNEXE 1 - TRIS A PLAT

1. VOUS ETES ...

Tableau 5 : Répartition de l'échantillon en fonction du genre

	n	%
Une femme	946	72%
Un homme	372	28%
Autre	4	0%
TOTAL	1 322	100%

2. QUEL AGE AVEZ-VOUS ?

Tableau 6 : Répartition de l'échantillon en fonction de l'âge

	n	%
Moins de 20	27	2%
De 20 à 39	89	7%
De 40 à 59	209	17%
De 60 à 79	836	67%
80 et plus	95	8%
TOTAL	1 256	100%

3. VOUS VIVEZ :

	n	%
Seul(e)	584	44%
En couple (marié, pacsé, union libre etc.) sans enfant	424	32%
En couple (marié, pacsé, union libre etc.) avec enfant(s)	181	14,00%
Seul(e) avec un ou des enfants	65	5%
Autre	49	4%
En colocation	14	1%
TOTAL	1 316	100%

4. A QUELLE FREQUENCE UTILISEZ-VOUS LES APPAREILS SUIVANTS ?

	Jamais	Plus rarement	Une à deux fois par semaine	Tous les jours	Total
Ordinateur portable	226 (18%)	183 (14%)	408 (32%)	464 (36%)	100%
Ordinateur fixe	735 (62%)	149 (12%)	123 (10%)	188 (16%)	100%
Téléphone portable	20 (2%)	39 (3%)	91 (7%)	1155 (89%)	100%
Tablette	701 (58%)	176 (15%)	112 (9%)	223 (18%)	100%
Téléphone fixe	428 (34%)	256 (21%)	213 (17%)	358 (28%)	100%

5. POSSEDEZ-VOUS LES APPAREILS SUIVANTS ?

	Oui		Non		Total	
	n	%	n	%	n	%
Téléphone portable	1 290	9%	16	1%	1 306	100%
Téléphone fixe	941	7%	352	27%	1 293	100%
Tablette	533	4%	711	5%	1 244	100%
Ordinateur portable	1 014	7%	279	2%	1 293	100%
Ordinateur fixe	375	3%	872	70%	1 247	100%
TOTAL		6%		35%		100%

6. AVEZ-VOUS UNE CONNEXION INTERNET A VOTRE DOMICILE ? (HORS TELEPHONE PORTABLE)

	n	%
Je ne sais pas	20	2%
Non	151	11%
Oui	1 144	87%
TOTAL	1 315	100%

7. DANS VOTRE VIE QUOTIDIENNE, QUELLES SONT LES RAISONS PRINCIPALES POUR LESQUELLES VOUS UTILISEZ LE NUMERIQUE ? MAX 3 REPONSES

	n	%
Echanger avec des proches, des amis...	858	66%
Faire des démarches administratives (Assurance maladie, CAF ...)	659	50%
Me détendre, me cultiver (écouter de la musique, lire des livres, rechercher des informations ...)	435	33%
Gérer mon budget (consulter son compte bancaire ...)	425	33%
Me soigner (prendre des rendez-vous médicaux, téléconsultation ...)	349	27%
Me former (suivre des cours en ligne, trouver des ressources ...)	291	22%
Me déplacer (utiliser un GPS, acheter des billets de train ...)	237	18%
Travailler ou chercher un travail	164	13%
Être citoyen, m'engager (faire du bénévolat, débattre sur des forums ...)	48	4%
Me loger, m'équiper (trouver un logement, des objets sur Leboncoin.fr ...)	43	3%
Aucune de ces raisons	28	2%
TOTAL	1 307	

8. COCHEZ LES ACTIONS QUE VOUS POURRIEZ OU POUVEZ FAIRE, MEME DIFFICILEMENT

	n	%
Allumer et éteindre mon appareil	1 111	85%
Me connecter à internet	1 084	83%
Faire des recherches sur internet	1 081	83%
Utiliser une souris ou un clavier d'ordinateur	1 008	77%
Joindre un document à un email	879	67%
Me connecter à mon espace personnel pour des démarches administratives (Assurance maladie, CAF ...)	854	65%
Envoyer des messages instantanés (WhatsApp, Messenger ...)	810	62%
Créer un document Word, LibreOffice, Google Docs ...	549	42%
Me créer un compte, le paramétrer et le compléter (réseau social ou autres sites)	510	39%
Vérifier la fiabilité des informations que je trouve en ligne	382	29%
Mettre en ligne du contenu (fichiers textes, audios, vidéos)	347	27%
Créer quelque chose à partir d'images, de musiques ou de vidéos (diaporama, montage photo ...)	313	24%
TOTAL	1 308	

9. COMMENT AVEZ-VOUS ENTENDU PARLER DES ACCOMPAGNEMENTS PROPOSES PAR LES CONSEILLERS NUMERIQUES ?

	n	%
Par ma commune	523	40%
Par des proches (famille et amis)	277	21%
Par une association	273	21%
Par un service public	245	19%
Par la presse	145	11%
Autre	124	9%
Par un travailleur social	113	9%
Sur Internet	49	4%
TOTAL	1 317	

10. COMMENT ETES-VOUS VENU(E) VOIR UN CONSEILLER NUMERIQUE ?

	n	%
J'ai été inscrit(e) ou orienté(e) par une structure	347	26%
Je suis venu(e) de moi-même	964	74%
TOTAL	1 311	100%

11. AVEZ-VOUS DANS VOTRE ENTOURAGE QUELQU'UN A QUI VOUS POUVEZ DEMANDER DE L'AIDE OU DES CONSEILS SUR LE NUMERIQUE ?

	n	%
Oui	670	51%
Non	579	44%
Je ne sais pas	65	5%
TOTAL	1 314	100%

12. POURQUOI ETES-VOUS VENU VOIR UN CONSEILLER NUMERIQUE ?

	n	%
Pour me perfectionner dans mes usages numériques	959	73%
Pour apprendre les bases de l'utilisation d'un ordinateur / d'internet	732	56%
Pour avoir de l'aide et débloquer une situation	597	45%
Par curiosité, pour apprendre de nouvelles choses	559	42%
Pour avoir accès à une connexion internet / à un ordinateur	176	13%
Autre	66	5%
TOTAL	1 317	

13. COMBIEN DE FOIS APPROXIMATIVEMENT AVEZ-VOUS ETE ACCOMPAGNE(E) PAR UN CONSEILLER NUMERIQUE ?

	n	%
Moins de 4	296	23%
De 4 à 7	255	20%
De 8 à 12	315	25%
13 et plus	400	32%
TOTAL	1266	100%

14. DE QUEL(S) TYPE(S) D'ACCOMPAGNEMENT AVEZ-VOUS BENEFICIE ? VOUS POUVEZ SELECTIONNER PLUSIEURS REPONSES

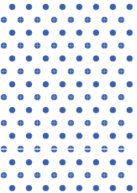
	n	%
Accompagnement collectif	830	63%
Accompagnement individuel	818	62%
TOTAL	1 315	100%

15. CONNAISSIEZ-VOUS DEJA UN MEMBRE DU GROUPE (FILTREE)

	n	%
Non	428	46%
Oui	501	54%
TOTAL	929	100%

16. SUR QUEL(S) EQUIPEMENT(S) AVEZ-VOUS TRAVAILLE AVEC LE CONSEILLER NUMERIQUE ?

	n	%
Ordinateur portable	971	74%



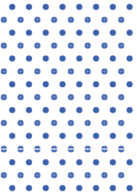
Téléphone portable	719	55%
Ordinateur fixe	258	20%
Tablette	209	16%
Aucun	13	1%
Autre	10	1%
TOTAL	1 317	

17. AVEZ-VOUS UTILISE UN DE VOS APPAREILS ? (FILTREE)

	n	%
Non	221	17%
Oui	1 096	83%
TOTAL	1 315	100%

18. AVEZ-VOUS PASSE UN TEST OU UN CERTIFICAT DE NIVEAU AVEC COTRE CONSEILLER NUMERIQUE ?

	n	%
Je ne sais plus	84	6%
Non	916	70%
Oui	307	23%
TOTAL	1 307	100%



19. QUELS ONT ETE LES SUJETS PRINCIPAUX ABORDES AVEC VOTRE CONSEILLER NUMERIQUE ? INDIQUEZ AU MAXIMUM LES 3 PLUS IMPORTANTS

	n	%
L'utilisation d'internet	839	64%
La prise en main de matériel (démarrage etc.)	747	57%
Les démarches administratives en ligne	604	46%
L'utilisation de logiciels informatiques (Word, LibreOffice ...)	498	38%
L'utilisation de réseaux sociaux ou de messageries (courriels, WhatsApp ...)	334	25%
Autre	121	9%
L'utilisation de réseaux sociaux ou de messageries (courriels, WhatsApp, Messenger ...)	83	6%
TOTAL	1 314	

20. LE CONSEILLER NUMERIQUE VOUS A T-IL AIDE A FAIRE UNE DEMARCHE ADMINISTRATIVE EN LIGNE ?

	n	%
Non	711	54%
Oui	602	46%
TOTAL	1 313	100%

21. SI OUI, AVEZ-VOUS SIGNE UN DOCUMENT POUR QUE LE CONSEILLER NUMERIQUE PUISSE FAIRE LA DEMARCHE EN VOTRE NOM ?

	n	%
Non	608	89%
Oui	46	7%
Je ne sais plus	31	5%
TOTAL	685	100%

22. EST-CE QUE L'AIDE DU CONSEILLER NUMERIQUE A REPONDU A VOS ATTENTES ?

	n	%
Oui tout à fait	1 037	79%
Plutôt oui	264	20%
Plutôt non	11	1%
Non pas du tout	4	0%
TOTAL	1 316	

23. AVANT VOTRE ACCOMPAGNEMENT, COMMENT VOUS SENTIEZ-VOUS AVEC LE NUMERIQUE ?

	n	%
1 = pas du tout à l'aise	482	37%
2	401	30%
3	276	21%
4	91	7%
5 = très à l'aise	69	5%
TOTAL	1 319	100%



24. ET AUJOURD'HUI, APRES VOTRE/VOS ACCOMPAGNEMENT(S), COMMENT VOUS SENTIEZ VOUS AVEC LE NUMERIQUE ?

	n	%
1 = pas du tout à l'aise	26	2%
2	127	10,00%
3	503	38%
4	470	36%
5 = très à l'aise	187	14%
TOTAL	1 313	100%

25. AUJOURD'HUI REUSSISSEZ-VOUS A FAIRE DES CHOSES AVEC LE NUMERIQUE QUE VOUS N'ARRIVIEZ PAS A FAIRE AVANT VOTRE / VOS ACCOMPAGNEMENT(S) ?

	n	%
Oui tout à fait	483	37%
Plutôt oui	737	56%
Plutôt non	70	5%
Non pas du tout	21	2%
TOTAL	1 311	100%

26. SI OUI, LESQUELLES ? VOUS POUVEZ SELECTIONNER PLUSIEURS REPNSES

	n	%
Faire des recherches sur internet	708	58%
Joindre un document à un email	653	53%
Me connecter à internet	643	52%
Allumer et éteindre mon appareil	615	50%
Me connecter à mon espace personnel pour des démarches administratives (Assurance maladie, CAF ...)	611	50%
Utiliser une souris ou un clavier d'ordinateur	610	50%
Créer un document Word, LibreOffice, Google Docs ...	378	31%
Vérifier la fiabilité des informations que je trouve en ligne	331	27%
Envoyer des messages instantanés (WhatsApp, Messenger ...)	330	27%
Mettre en ligne du contenu (fichiers textes, audios, vidéos)	244	20%
Créer quelque chose à partir d'images, de musique ou de vidéos (diaporama, montage photo ...)	200	16%
Me créer un compte, le paramétrer et le compléter (réseau social, autres sites...)	197	16%
Autre	119	10%
TOTAL	1 230	

27. AUJOURD'HUI, APRES VOTRE/VOS ACCOMPAGNEMENT(S), VOUS SENTEZ-VOUS PLUS A L'AISE SUR L'USAGE DES APPAREILS SUIVANTS ?

	Plutôt non		Non concerné(e)		Plutôt oui		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Ordinateur portable	76	6%	209	16%	989	78%	1274	100%
Téléphone portable	67	5%	181	14%	1008	80%	1256	100%
Ordinateur fixe	64	5%	723	60%	410	34%	1197	100%
Tablette	84	7%	716	60%	395	33%	1 195	100%
TOTAL		6%		37%		57%		

28. QU'EST-CE QUI A CHANGE APRES VOTRE/VOS ACCOMPAGNEMENT(S) ?

	n	%
Autre	50	4%
Rien	62	5%
Mes proches et/ou le formateur ont remarqué mes progrès	505	38%
J'ai moins peur des dangers d'internet	526	40%
Je me suis rendu(e) compte que j'avais des compétences car j'ai réussi des exercices	567	43%
Je suis plus confiant(e) car j'ai travaillé avec d'autres personnes qui avaient les mêmes difficultés que moi avec le numérique	609	46%
Je me sens plus à l'aise car je me suis entraîné	787	60%
Je suis moins stressé(e) à l'idée de manipuler des outils numériques	839	64%
TOTAL	1 314	100%

29. GLOBALEMENT, AVEZ-VOUS LE SENTIMENT D'AVOIR PROGRESSE DANS LE CADRE DE VOTRE ACCOMPAGNEMENT ?

	n	%
Oui tout à fait	676	52%
Plutôt oui	588	45%
Plutôt non	35	3%
Non pas du tout	12	1%
TOTAL	1 311	100%

30. SI OUI, DANS QUELS DOMAINES PRINCIPAUX AVEZ-VOUS LE SENTIMENT D'AVOIR PROGRESSE SUR LE NUMERIQUE SUITE A VOTRE / VOS ACCOMPAGNEMENT(S) AVEC LE CONSEILLER NUMERIQUE ? INDIQUEZ AU MAXIMUM 3 DOMAINES

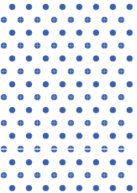
	n	%
Faire des démarches administratives (Assurance maladie, CAF ...)	659	52%
Echanger avec des proches, des amis...	488	39%
Me détendre, me cultiver (écouter de la musique, lire des livres, rechercher des informations ...)	461	37%
Gérer mon budget (consulter son compte bancaire ...)	299	24%
Me soigner (prendre des rendez-vous médicaux, téléconsultation ...)	288	23%
Me former (suivre des cours en ligne, trouver des ressources ...)	257	20%
Me déplacer (utiliser un GPS, acheter des billets de train ...)	213	17%
Travailler ou chercher un travail	115	9%
Me loger, m'équiper (trouver un logement, des objets sur Leboncoin.fr ...)	68	5%
Aucun	64	5%
Être citoyen, m'engager (faire du bénévolat, débattre sur des forums ...)	50	4%
TOTAL	1 260	100%

31. QUELLE EST VOTRE SITUATION PROFESSIONNELLE ?

	n	%
Retraité(e)	929	70%
En emploi	167	13%
En recherche d'emploi	131	10%
En incapacité de travailler pour des raisons de santé	51	4%
En formation / étudiant(e)	23	2%
Parent au foyer	18	1%
TOTAL	1 319	100%

32. QUELLE EST VOTRE CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE ?

	n	%
Employés	472	37%
Autre personne sans activité professionnelle	269	21%
Professions intermédiaires (instituteurs, infirmiers, comptables ...)	208	16,00%
Ouvriers	124	10%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	90	7%
Cadres et professions intellectuelles supérieures, professions libérales	88	7%
Agriculteurs	40	3%
TOTAL	1 291	100%



33. AVEZ-VOUS UN DIPLOME ?

	n	%
Bac + 5 ou plus	51	4%
Bac + 3	114	9%
Bac +2 (études supérieures courtes type IUT, Deug, BTS, DUT)	130	10%
Bac généraliste, technologique ou professionnel	239	18%
Certificat d'études primaires	257	20%
BEPC, Brevet des collèges	351	27%
Aucun diplôme	158	12%
TOTAL	1 300	100%

34. TYPE DE TERRITOIRE

ZR R

	n	%
Non	879	66%
Oui	430	32%
Non-réponse	18	1%
TOTAL	1 327	100%

Q P V

	n	%
Non	1 042	79%
Oui	65	5%
Non-réponse	220	17%
TOTAL	1 327	100%

ANNEXE 2 – RESULTATS DE L’AFM ET DE LA CAH

Les variables actives de l’AFM

Variables « profil » :

- Situation vis-à-vis de l’emploi (« situ ») : en emploi, en recherche d’emploi, jeune retraité (moins de 70 ans), retraité (70 ans ou plus)
- Niveau d’étude (« étud ») : aucun diplôme, certificat d’études, brevet des collèges, niveau bac, diplôme supérieur au bac
- Territoire (« terr ») : rural, urbain.
- Genre (« genre ») : femme, homme.
- Aisance avec le numérique avant l’accompagnement (« aisanc ») : très à l’aise, moyennement, pas vraiment, pas du tout.
- Fréquence d’usage des appareils numériques (« freq ») : rarement, hebdomadairement, quotidiennement.

Variables « progrès » :

- Progrès en matière de domaine d’usages : échanges avec des proches (« pg.échang »), faire des démarches administratives (« pg.admin »), gérer mon budget (« pg.budg »), me détendre et de cultiver (« pg.detent »), me soigner (« pg.soin »), me former (« pg.forma »), me déplacer (« pg.depl »).
- Progrès en matière de domaine de compétence : opérationnelles (« pg.opé »), informationnelles (« pg.info »), sociales (« pg.scial »), créatives, (« pg.créat »).
- Sources du sentiment de compétence : état psychologique ou émotionnel (« etat.psy »), maîtrise personnelle (« maitr.perso »), persuasion par autrui (« persu.autrui »), apprentissage social (« app.soc »).

Le graphique ci-dessous présente les résultats de l’analyse factorielle. Il peut être appréhendé comme une forme de cartographie, permettant d’appréhender d’un coup d’œil la façon dont les différentes caractéristiques des individus et de leur sentiment de progression s’articulent toutes ensemble. Les deux axes, horizontal et vertical, qui forment les repères de cette carte peuvent être interprétés comme des facteurs représentant les grands principes qui expliquent les ressemblances et les différences entre les profils individuels.

Une première lecture de ce graphique fait apparaître deux grandes logiques :

- **Le premier axe horizontal oppose d’un côté les individus à l’aise avec le numérique et déclarant pas ou peu d’évolution à l’issue de leur accompagnement, et de l’autre les individus peu à l’aise au départ mais déclarant beaucoup de progrès, dans de nombreux domaines.** A droite, des individus globalement plus jeunes, actifs (en emploi, en formation ou en recherche d’emploi), se déclarant à l’aise avec le numérique et témoignant d’une évolution moindre, à la fois en matière d’acquisition de nouvelles compétences, d’appropriation de nouveaux usages et de source du sentiment de compétence. A gauche, des individus plus âgés, plus souvent retraités, peu à l’aise avec le numérique avant leur accompagnement, et déclarant significativement plus de progrès dans tous les domaines renseignés. **Cet axe peut être interprété comme un indicateur synthétique de la plus**

ou moins grande précocité de la socialisation au numérique, effet de direct de la génération des individus.

- Le deuxième axe vertical oppose d'un côté les individus mieux insérés, plus dotés en capitaux culturels et économiques, et de l'autre les individus moins bien dotés, également généralement plus jeunes et en situation de formation ou de recherche d'emploi. En haut, des individus globalement plus diplômés, déclarant un usage quotidien d'au moins un des trois équipements renseignés (ordinateur portable ou fixe, tablette) et témoignant de progrès dans des domaines numériques plus « capacitants » (« me former, suivre des cours en ligne, trouver des ressources... ») et dans des compétences créatives. En bas, des individus sans aucun diplôme, déclarant n'utiliser que rarement, voire jamais, un équipement autre que le téléphone portable, et les plus éloignés de ces domaines de progrès.

Illustration 1 - Premier plan de l'analyse factorielle

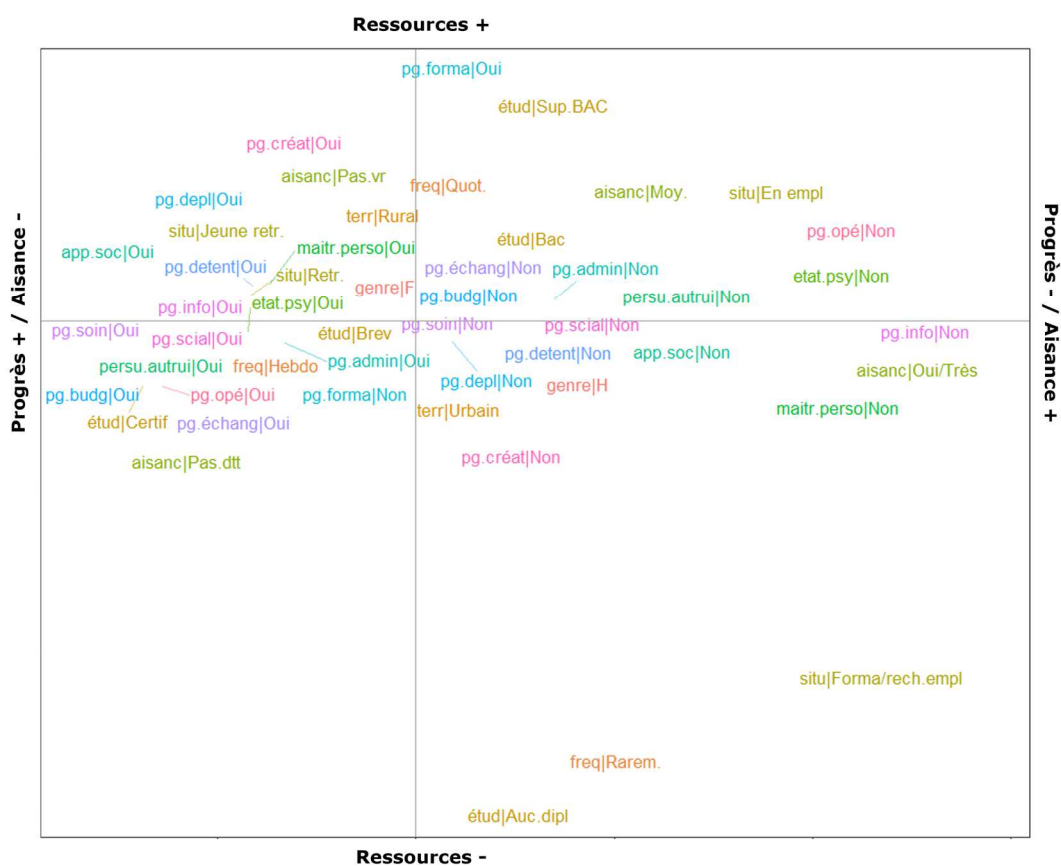


Tableau 7 - Valeur propre et pourcentage d'inertie des facteurs de l'analyse factorielle multiple

Facteur	Valeur propre	Pourcentage	Pourcentage cumulé	Pourcentage modifié	Pourcentage modifié cumulé
1	6,31	22,79	22,79	43,95	43,95
2	3,53	12,74	35,53	13,39	57,35
3	2,82	10,17	45,71	8,41	65,76
4	2,69	9,70	55,40	7,62	73,38
5	2,42	8,73	64,13	6,11	79,49
6	2,21	7,99	72,12	5,09	84,58
7	2,08	7,51	79,64	4,47	89,06

8	2,05	7,39	87,03	4,32	93,37
9	1,97	7,13	94,16	4,00	97,38
10	1,62	5,84	100,00	2,62	100,00

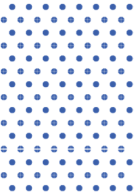
La classification ascendante hiérarchique a été réalisée à partir des 5 premiers axes de l'analyse factorielle.

Tableau 8 - Mesure d'association (Eta2) des variables avec les deux premières dimensions de l'analyse factorielle multiple

Dimension 1		Dimension 2	
Variable	Eta2	Variable	Eta2
pg.opé	0.432	freq	0.424
pg.info	0.381	étud	0.408
aisanc	0.313	situ	0.203
etat.psy	0.304	pg.creat	0.181
persu.autrui	0.251	aisanc	0.158
situ	0.243	pg.forma	0.128
maitr.	0.239	terr	0.087
app.soc	0.219	pg.opé	0.063
pg.scial	0.135	pg.echang	0.038
pg.echang	0.122	maitr.	0.035
pg.soin	0.117	app.soc	0.021
pg.budg	0.116	pg.depl	0.019
étud	0.095	persu.autrui	0.009
pg.admin	0.074	genre	0.009
freq	0.073	pg.budg	0.008
pg.detent	0.054	pg.detent	0.006
genre	0.034	pg.admin	0.004
pg.creat	0.032	etat.psy	0.003
pg.depl	0.028	pg.soin	0.002
terr	0.013	pg.scial	0.000
pg.forma	0.003	pg.info	0.000

Tableau 9 - Tableau de fréquence des modalités actives de l'AFM par catégories de la typologie

	Séniors débutants	Séniors initiés	Parcours de perfectionnement	Parcours d'insertion	Ensemble
genre					
H	23%	24%	32%	39%	28%
F	76%	76%	67%	61%	72%
freq					
Rarem.	17%	7.0%	3.2%	64%	16%
Quot.	34%	65%	81%	17%	55%
Hebdo	49%	28%	16%	19%	29%
terr					
Rural	54%	58%	60%	29%	54%
Urbain	46%	42%	40%	71%	46%
étud					
Auc.dipl	13%	7.7%	1.6%	51%	13%
Bac	17%	17%	27%	14%	19%
Brev	25%	34%	20%	28%	27%
Certif	32%	19%	8.0%	4.7%	18%
Sup.BAC	14%	22%	43%	2.7%	23%
situ					
En empl	5.3%	7.0%	29%	16%	13%
Forma/rech.e mpl	2.0%	5.1%	8.7%	61%	12%



Jeune retr.	39%	36%	31%	11%	32%
Retr.	48%	45%	29%	8.0%	37%
aisanc					
Pas.dtt	70%	30%	11%	32%	35%
Pas.vr	23%	43%	28%	14%	30%
Moy.	5.9%	21%	36%	21%	21%
Oui/Très	1.3%	6.5%	24%	33%	13%
etat.psy					
Non	12%	12%	53%	48%	27%
Oui	88%	88%	47%	52%	73%
maitr.perso					
Non	16%	11%	43%	59%	27%
Oui	84%	89%	57%	41%	73%
persu.autrui					
Non	34%	54%	86%	79%	61%
Oui	66%	46%	14%	21%	39%
app.soc					
Non	37%	44%	72%	86%	55%
Oui	63%	56%	28%	14%	45%
pg.admin					
Non	70%	17%	70%	53%	49%
Oui	30%	83%	30%	47%	51%
pg.forma					
Non	79%	84%	70%	95%	80%
Oui	21%	16%	30%	4.7%	20%
pg.depl					
Non	81%	82%	87%	95%	85%
Oui	19%	18%	13%	4.7%	15%
pg.budg					
Non	83%	55%	95%	91%	78%
Oui	17%	45%	4.8%	9.3%	22%
pg.detent					
Non	41%	72%	73%	89%	66%
Oui	59%	28%	27%	11%	34%
pg.échang					
Non	26%	75%	79%	80%	64%
Oui	74%	25%	21%	20%	36%
pg.soins					
Non	86%	56%	96%	92%	79%
Oui	14%	44%	3.9%	8.0%	21%
pg.info					
Non	18%	3.4%	60%	50%	28%
Oui	82%	97%	40%	50%	72%
pg.scial					
Non	64%	58%	83%	79%	69%
Oui	36%	42%	17%	21%	31%
pg.creat					
Non	64%	45%	54%	87%	57%
Oui	36%	55%	46%	13%	43%
pg.opé					
Non	7.9%	21%	82%	55%	38%
Oui	92%	79%	18%	45%	62%

COMPRENDRE

LA MEDIATION NUMERIQUE :
QUELS EFFETS SUR QUELS
PUBLICS

Une enquête auprès des publics des
conseillers numériques



Agence nationale de la cohésion des territoires – Juillet 2024