

WETECHCARE

Diagnostic territorial Communauté d'Agglomération de Maubeuge-Val de Sambre

Elaboration d'une stratégie d'inclusion numérique à destination des habitants des QPV et de l'Agglomération



AGGLOMÉRATION MAUBEUGE-VAL DE SAMBRE

Le 30 novembre 2021

Ordre du jour

- **Présentation de WeTechCare et rappel de la méthodologie**
- **Résultats de l'enquête habitant**
- **Analyse de l'offre d'inclusion numérique sur le territoire**
- **Recommandations**
- **Prochaines étapes**



1

Rappel de la méthodologie

met les opportunités du numérique au service
du plus grand nombre à travers trois leviers



Sensibilisation

Nous décryptons les grands enjeux,
nous animons le débat et nous
mettons en lumière les initiatives
inspirantes



4 études de référence

50 prises de parole/an

40k lecteurs de notre
webzine par an



Conseil

Nous accompagnons des organisations
publiques et privées dans leurs
stratégies d'inclusion numérique
(collectivités, opérateurs de services)



+70

organisations,
publiques et privées,
accompagnées depuis
2016



Solutions numériques

Nous développons des plateformes qui
s'appuient sur le meilleur de la
technologie



+9 000

Structures inscrites sur Les Bons
Clics



+30 000

Aidants numériques embarqués

Étapes de l'accompagnement



1

TEMPS 1

DIAGNOSTIC DES RESSOURCES ET DES BESOINS

Etude des besoins des habitants
du territoire et des offres
d'inclusion numérique déjà
existantes

2

TEMPS 2

CO-CONSTRUCTION DU PLAN D'ACTION ET DE LA GOUVERNANCE

Accompagnement à la définition d'un
plan d'action du réseau d'inclusion
numérique, et d'un mode de
fonctionnement pour la gouvernance
d'inclusion numérique

2

Résultats de l'enquête habitants

Focus sur : Méthodologie de l'enquête habitant

192 répondants

USAGES & EQUIPEMENT

- Identifier les équipements dont disposent ou manquent les habitants
- Identifier le niveau d'aisance des habitants sur le numérique, leurs usages et leurs besoins exprimés

ACCÈS À L'ACCOMPAGNEMENT

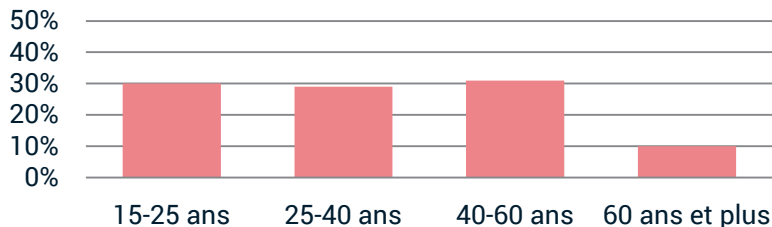
Identifier les recours connus des habitants en cas de difficulté sur le numérique et les modes d'information et d'accompagnement adaptés pour les toucher

Méthodologie

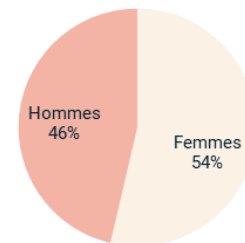
- 1 journée d'enquête à Louvroil dans le quartier Sous le bois auprès des habitants avec deux médiateurs
- 3 antennes du GIP Réussir en Sambre Avesnois mobilisées pour administrer l'enquête en Mission Locale et en PLIE
- La référente du service Politique de la Ville d'Hautmont mobilisée pour administrer l'enquête aux habitants

Caractéristiques de l'enquête

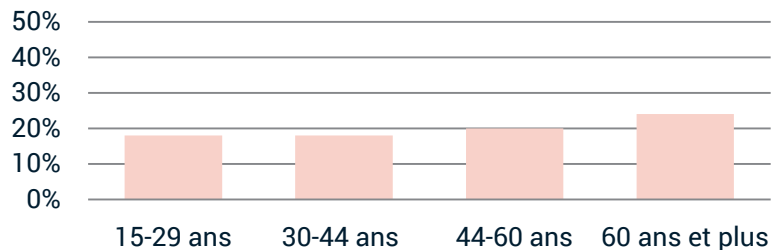
Âge des participants



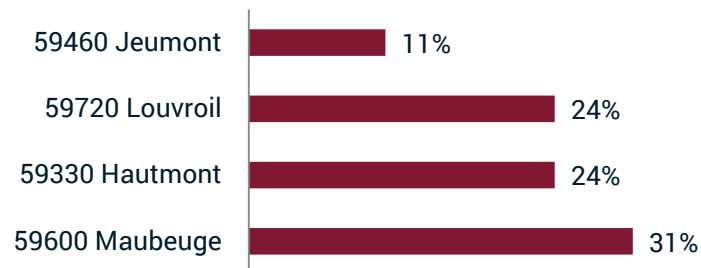
Sexe des participants



Âge des habitants de l'agglomération



Lieu de résidence des participants



Autres : Aulnoye-Aymeries, Feignies, Ferrière-la-Grande, Boussois, Recquignies, Marpent...

En raison de la surreprésentation de la population de 15 à 25 ans, des coefficients de pondération ont été appliqués pour tenir compte de la structure réelle de la population de l'agglomération.

Les facteurs amplifiant l'exclusion numérique

Un population plus précaire qu'à l'échelle nationale et donc plus exposée à la précarité numérique



Âge

28% des plus de 70 ans sont non-internautes¹



Niveau de diplôme

33% des non-diplômés sont non-internautes¹



Niveau de revenu

7% des personnes à bas revenus sont non-internautes¹

Chiffres sur
l'agglomération

Plus de 60 ans

20%²

(24% moyenne française)

Part des non-diplômés

27,5%²

(32,2% moyenne française)

Taux de pauvreté

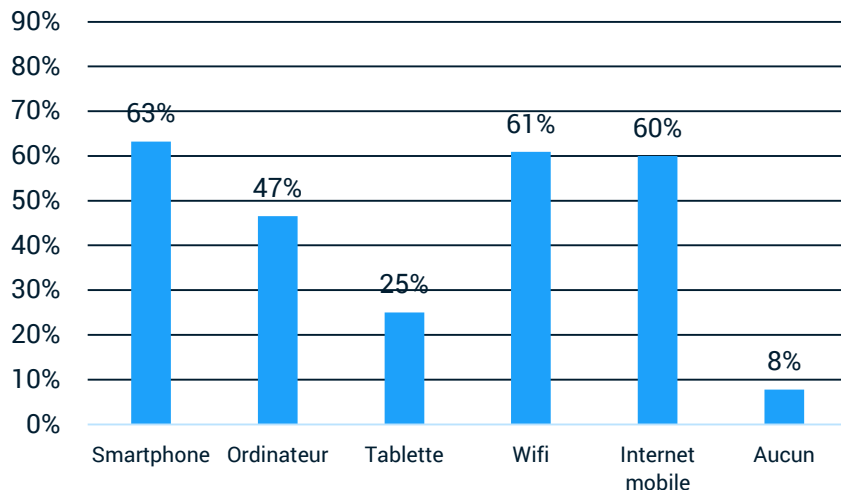
27,5%²

(14,7% moyenne française)

1. Estimation de WeTechCare à partir du Baromètre du numérique du CREDOC publié en 2021.
2. Dossier complet Intercommunalité-Métropole de CA Maubeuge Val de Sambre – Insee 2018

Niveau d'équipement

Niveau d'équipement des personnes consultées



On observe des taux d'équipement relativement plus bas que les moyennes nationales.

63% de la population est équipée d'un smartphone contre 84% au national

47% de la population est équipée d'un ordinateur contre 61% au national

8%

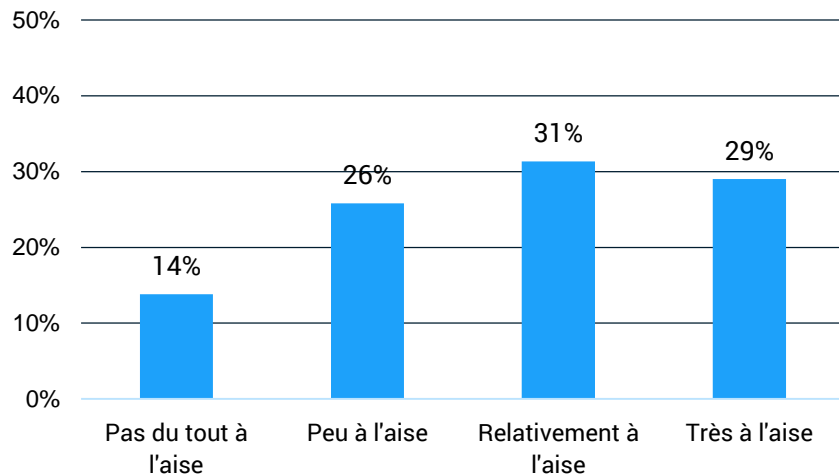
des participants ne possèdent ni équipement ni connexion (moyenne nationale : 9%).

Pour la moitié faute de moyens suffisants, l'autre moitié faute d'intérêt.

Les personnes non-équipées sont majoritairement des personnes âgées de plus de 60 ans et des hommes.

Niveau d'aisance

Niveau d'aisance des personnes consultées



Le sentiment d'aisance sur le numérique est plus faible que la moyenne nationale.
14% de la population ne se sent pas du tout à l'aise sur le numérique, contre une moyenne nationale de 7%.

40%

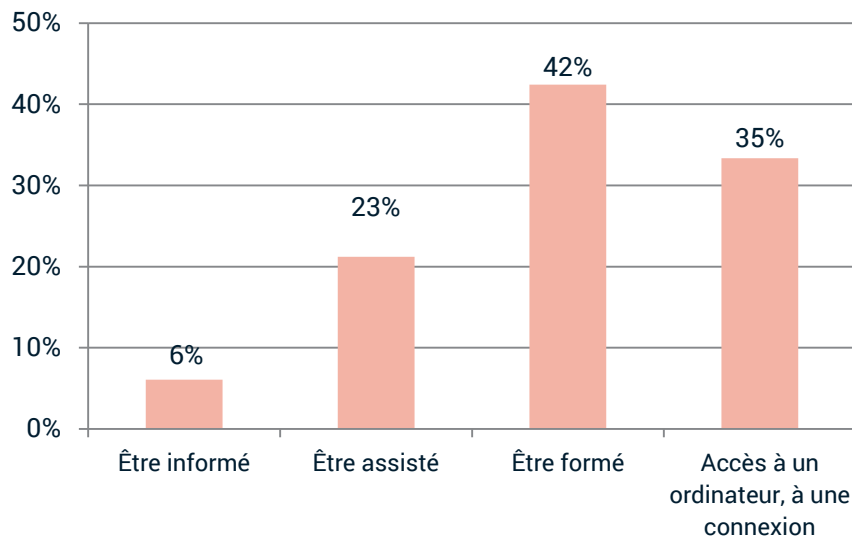
Des personnes consultées sont pas ou peu à l'aise sur le numérique.

Les personnes de plus de 60 ans sont majoritaires parmi les personnes qui se déclarent peu ou pas du tout à l'aise sur le numérique.

Accompagnement sur le numérique

16% seulement des répondant ont déjà été accompagnés sur le numérique par une structure.

Motif de l'accompagnement



98% des personnes accompagnées ont été satisfaites ou très satisfaites de l'accompagnement.

Les structures fréquentées pour l'accompagnement :
Association Actifs, Mots et Merveilles, Pôle Emploi, Centres sociaux, Maisons de quartier, Afpa, Greta

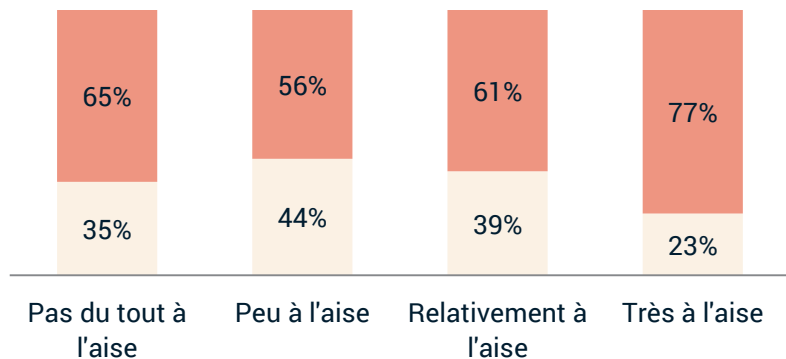
43% des personnes qui ont été formées se déclarent encore peu à l'aise avec les outils.

Il existe donc une difficulté à amener les personnes vers l'autonomie numérique même lorsqu'elles sont accompagnées, pour plusieurs raisons (ex : problématique d'assiduité, besoin d'accompagnements plus longs).

Montée en compétences sur le numérique 1-2

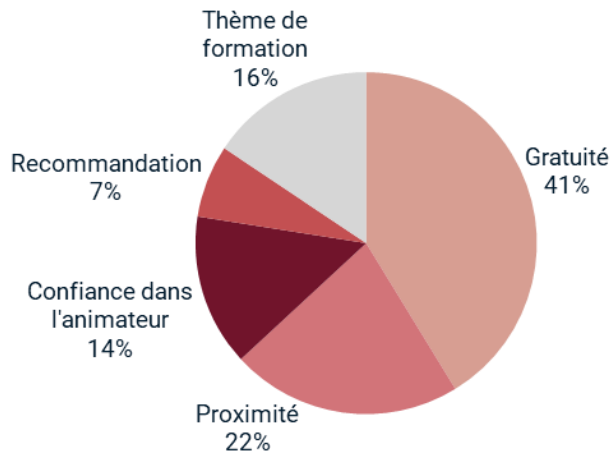
Souhaitez-vous en apprendre plus sur le numérique ?

Oui Non



Seul 1 répondant sur 3 souhaite en apprendre plus sur le numérique. Les personnes les moins à l'aise et qui ne souhaitent pas se former disent que « ce n'est pas pour elles », « c'est pour leurs enfants », « ça ne les intéresse pas ». Plusieurs personnes maîtrisaient mal le français.

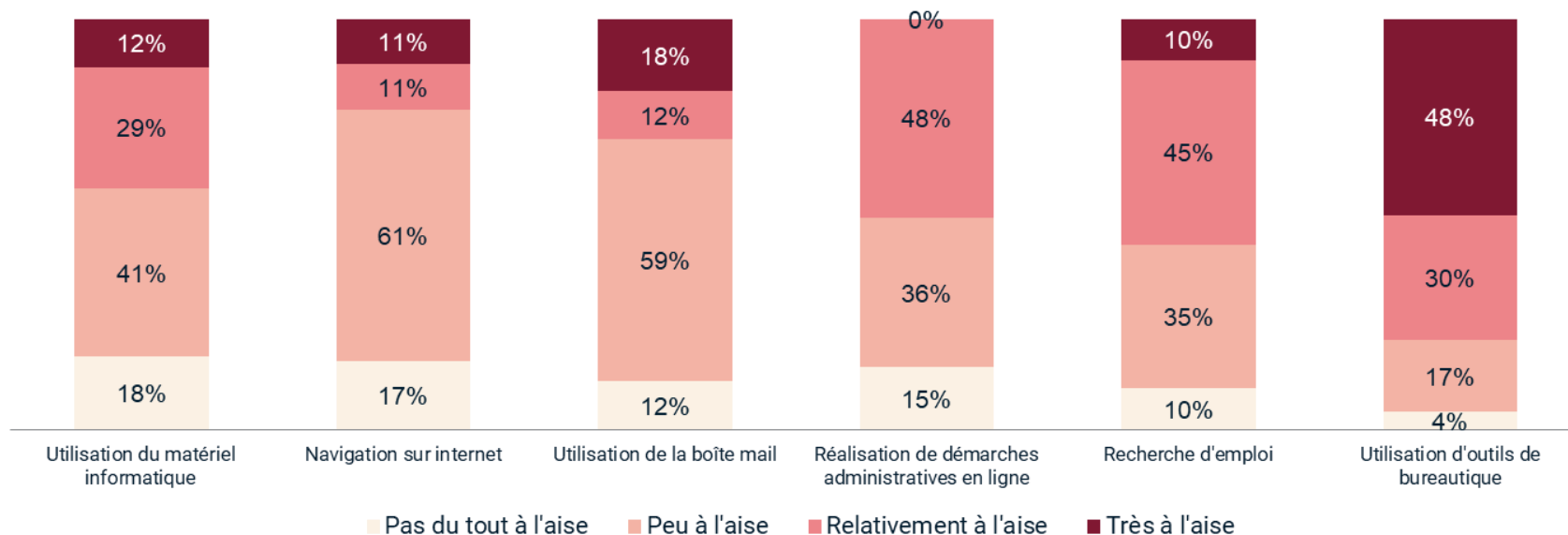
Quel est le critère le plus important pour être accompagné par une structure ?



La gratuité et la proximité sont les critères ayant le plus d'influence sur le suivi d'un accompagnement sur le numérique.

Montée en compétences sur le numérique 2-2

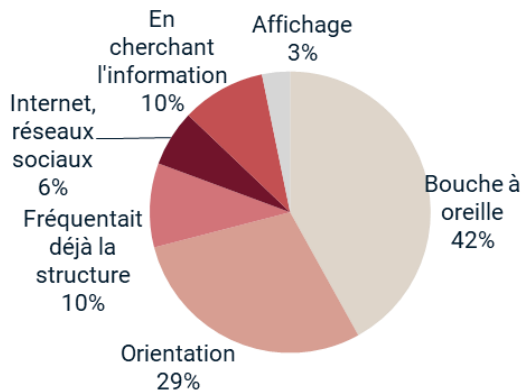
Thématiques d'apprentissage privilégiée selon le niveau d'aisance



L'utilisation du matériel, la navigation et la boîte mail sont les thématiques privilégiées par les publics les moins à l'aise. La formation sur les démarches administratives et la recherche d'emploi en ligne intéresse tout public, sauf les publics très à l'aise qui préfèrent se former à l'utilisation des outils de bureautique.

Communiquer autour de l'offre

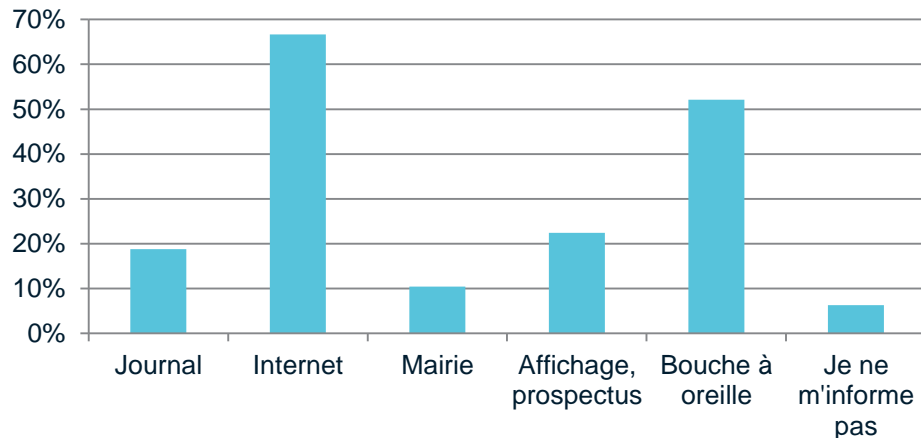
Comment avez-vous découvert la structure qui vous a accompagné sur le numérique ?



16% de personnes qui n'ont pas suivi un accompagnement faute d'avoir connaissance d'une offre. Il existe donc un enjeu de mise en visibilité de l'offre auprès d'une partie du public.

Les proches peuvent constituer un levier de communication important car **33% de personnes qui n'ont pas sollicité d'accompagnement sont accompagnées par un proche en cas de difficulté.**

Comment vous informez-vous des activités à faire autour de chez vous ?



Internet (notamment via les réseaux sociaux) pour les plus à l'aise et le bouche à oreille pour les personnes éloignées du numérique, sont les principaux moyens d'information des répondants.

Enseignements principaux

Une part importante de personnes éloignées du numérique mais un besoin crucial de sensibilisation et d'information

Plus de la moitié de la population s'estime à l'aise sur le numérique et possède au moins un équipement mais **40% sont peu à l'aise** (dont 14% pas du tout à l'aise et 8% de la population qui ne possède aucun équipement). Ces personnes ont majoritairement 60 ans et plus.

Pour ces populations une offre **d'assistance** est indispensable à court terme et des **offres d'équipement à prix solidaire** ou de libre-accès ainsi que des formations aux **compétences numériques de base** seraient nécessaires mais elles doivent s'accompagner d'un travail d'information et de sensibilisation fort puisque seule **une personne sur trois** est intéressée pour en apprendre plus sur le numérique, notamment parmi les publics les moins à l'aise, et que 16% des personnes qui n'ont pas sollicité d'accompagnement ne l'ont pas fait faute de connaître les offres d'accompagnement.

S'appuyer sur les proches pour aller vers les publics en difficulté

Les proches, qui sont un des premiers recours en cas de difficulté (33% des personnes non accompagnées par une structure sont accompagnées par un proche) peuvent être un levier de motivation auprès des personnes qu'ils assistent. Il pourrait être intéressant de s'appuyer plus officiellement sur ce réseau bénévole afin de l'accompagner et de le soutenir. D'autant plus que pour les publics en difficulté sur le numérique, **le bouche-à-oreille est le 1^{er} mode d'information**.

La gratuité des accompagnements est nécessaire pour que les personnes suivent les accompagnements, notamment pour les personnes les moins à l'aise. La dimension de proximité et de confiance sont facilitants.

3

Analyse de l'offre d'inclusion numérique sur le territoire

Un **diagnostic** pour évaluer les forces et axes de progrès

1 Le Maillage



Les points d'accueil numériques couvrent-ils l'ensemble du territoire ?



Les offres proposées permettent-elles de répondre aux besoins des différents publics ?

2 La Visibilité



Les services proposés sont-ils suffisamment connus - et compris - par le public ?



Ces services sont-ils connus des différents acteurs en capacité d'orienter les publics ?

3 L'Attractivité



Quelles démarches sont déployées pour intéresser les publics, y compris à se former ?



De nouveaux usages numériques sont-ils constatés chez les publics accompagnés ?

← Sur tous ces axes, quels besoins d'appui ou de **coordination** des professionnels ? →

Analyse du maillage territorial de la Communauté d'Agglomération

Les offres couvrent-elles l'ensemble du territoire ?

Qu'est-ce qu'un **territoire maillé** en offre d'inclusion numérique ?



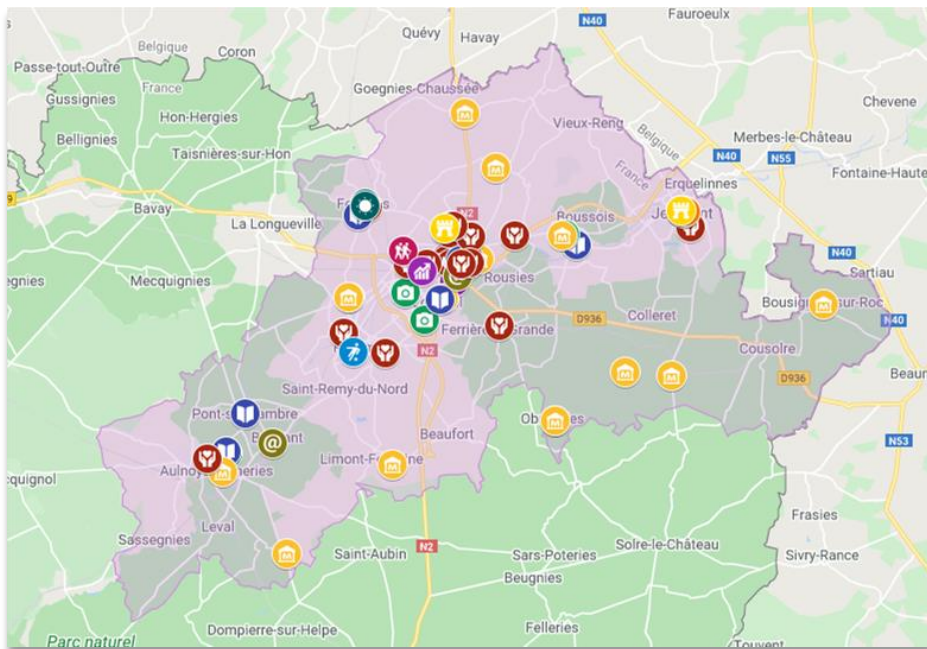
Une offre de 1^{er} niveau à proximité

La formation n'est pas forcément le 1^{er} besoin, mais une capacité d'information et d'accompagnement globale est nécessaire.

Un équilibre dans les offres d'accompagnement proposées

Quelles sont les offres les plus proposées vs. les accompagnements nécessitant d'être renforcés ?

66 structures agissant sur le territoire ont répondu à l'enquête



[Cliquez ici pour consulter la cartographie](#)

Association (19)	Espace public numérique / C... (2)
Mairie (16)	Opérateur de services publics... (2)
Médiathèque / Bibliothèque (7)	Education nationale (1)
Centre social ou socioculturel (4)	Groupement d'intérêt public (1)
Centre communal d'action so... (3)	Organisme de formation (1)
Service de l'Etat (3)	collège (1)
Service social départemental (3)	résidence services seniors (1)
Bailleur Social (2)	

Parmi les structures ayant répondu à l'enquête, **28%** sont des associations, **24%** sont des mairies, **11%** sont des centres sociaux.

La majorité de l'offre est centrée sur le cœur d'agglomération, autour de Maubeuge, et portée par des associations. Les mairies, et les médiathèques dans une moindre mesure, offrent des points d'ancrage sur l'ensemble du territoire.

Maillage de l'offre sur la Communauté d'Agglomération

Une offre représentée en grande partie par de l'assistance sur le numérique pour les publics en difficulté

OFFRIR UN ACCES

OPEN

42% des structures offrent un accès libre à de l'équipement et/ou une connexion internet (28 au total)

15% des structures proposent de la vente solidaire / don ou prêt de matériel numérique et 19% ont pour projet de le faire

ASSISTER



57% des structures offrent de l'assistance aux usagers (faire avec) (38 au total)

FORMER EN ATELIER



43% des structures offrent des ateliers de formation et d'initiation au numérique (29 au total)



ORIENTER

45% des structures ont des pratiques d'orientation des publics (30 au total)

Analyse de la visibilité de l'offre

Les publics connaissent-ils l'offre du territoire ?

Les professionnels ont-ils une visibilité sur les offres ?

Qu'est-ce qu'un **réseau visible** ?



Une offre connue du grand public

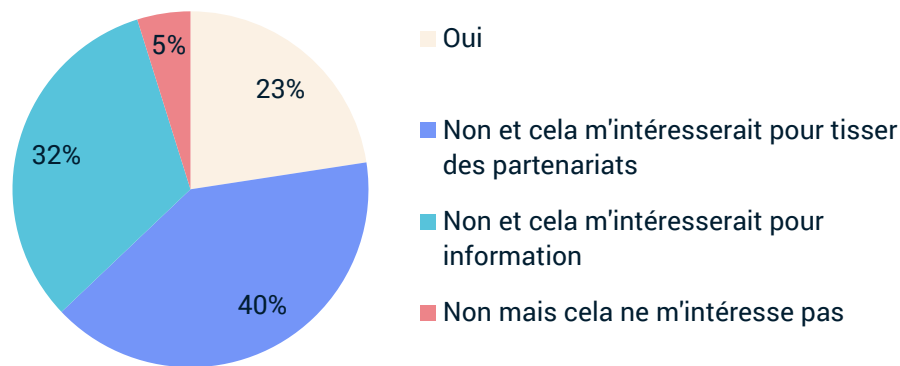
La connaissance des points d'accès et d'assistance par les publics facilite leurs parcours d'inclusion et permet de limiter le non recours.

Des professionnels en mesure d'orienter vers des offres complémentaires

Plus les professionnels se connaissent, plus l'orientation est fluide, au profit des publics ayant besoin d'un service complémentaire. Cette connaissance peut également faciliter la naissance de projets communs.

Une faible visibilité de l'offre entre acteurs

Avez-vous une vision claire de ce que font les autres acteurs sur l'inclusion numérique ?



Au total, ce sont **72% des acteurs qui déclarent ne pas avoir de visibilité** sur les actions d'inclusion numérique du territoire et qui souhaiteraient en avoir.

Ces données sont cohérentes avec les 3ème et 4ème priorités d'action citées par les structures : **mieux connaître les offres du territoire (42%)** et **mieux communiquer entre acteurs (39%)**

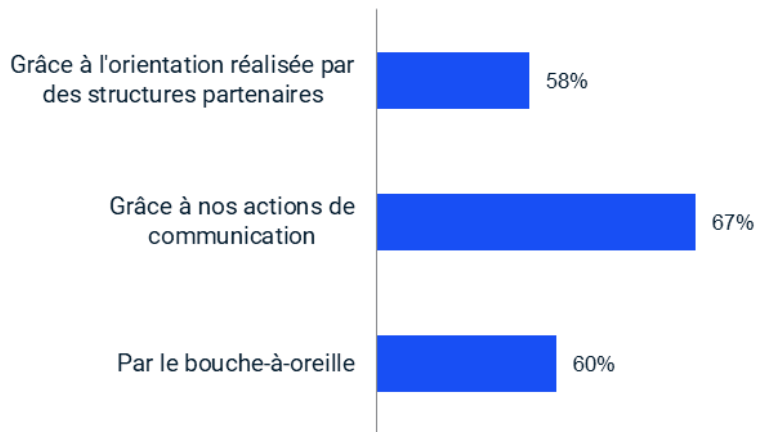
La place de l'orientation pour rendre visible l'offre

ORIENTER

45% des structures déclarent avoir une pratique d'orientation

13% ont pour projet de le mettre en place

Comment les publics prennent-ils connaissance de votre offre ?



Un peu moins de la moitié des structures déclare faire de l'orientation.

Or, l'enquête habitant révèle aussi qu'1 personne sur 3 qui a suivi un accompagnement a été orientée. Cette pratique fait donc ses preuves pour une partie du public et pourrait être revalorisée, grâce à une meilleure visibilité entre acteurs. L'orientation par les proches est aussi à exploiter puisqu'il est reconnu par tous que le **bouche-à-oreille est le canal le plus efficace d'information.**

On a le sentiment d'un **décalage** entre les perceptions des structures et le retour des publics **sur les actions de communication**, très citées par les 1ères et peu par les seconds.

Analyse des leviers d'attractivité auprès des public

Quel est l'impact de l'offre sur le territoire ?

Qu'est-ce qu'une **offre attractive** pour les publics ?



Une offre de service qui répond aux centres d'intérêts des publics...

Savoir mettre en lien les offres d'accompagnement numérique, notamment la formation, avec les besoins des publics (ex. parentalité, accès aux droits, santé, mobilité, ...).

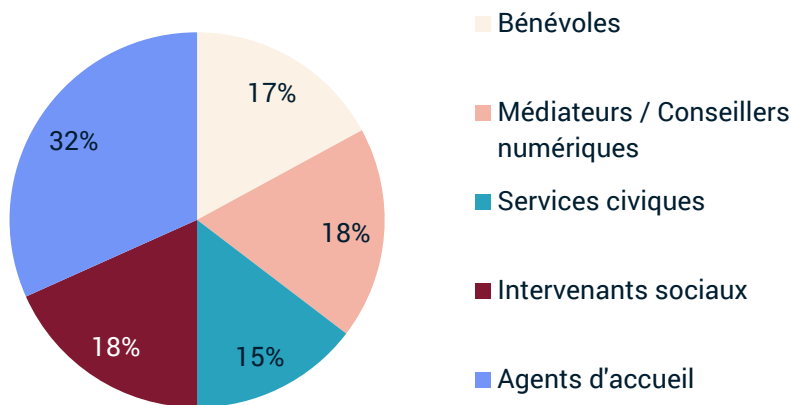
Proposer des ateliers variés, aux approches ludiques et participatives, permettant de s'initier au numérique (angle découverte) à combiner avec des parcours longs (angle autonomisation, qualification...)

...et qui s'adapte à leurs contraintes

Développer des offres flexibles et adaptées aux contraintes des publics (proximité géographique, amplitude horaire, coût...)

Les équipes d'accompagnement

Qui accompagne vos usagers ?



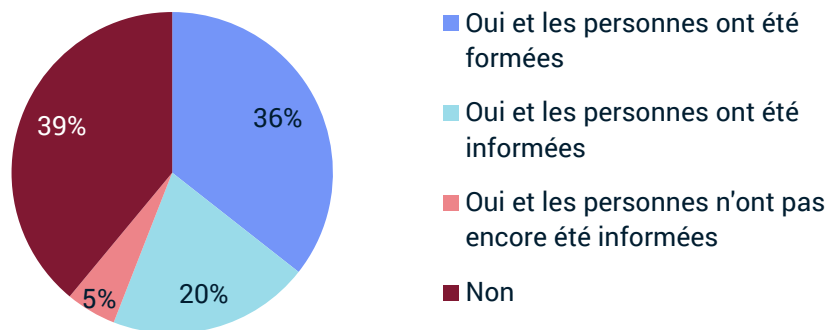
Les **agents d'accueil** sont les premiers aidants **numériques sur le territoire**.

Comme les autres acteurs mais avec plus d'acuité encore dans le cas des postes d'accueil qui sont très multifonctions, il peut exister des enjeux de formation et d'aménagement du temps pour répondre aux questions numériques.

Cependant, contrairement à d'autres territoires, on note une forte représentation des professionnels de la médiation numérique (18%) qui peut s'expliquer par le déploiement des Conseillers Numériques sur le territoire.

Les équipes d'accompagnement

Les actions d'inclusion numérique que les équipes doivent réaliser sont-elles clairement définies ?



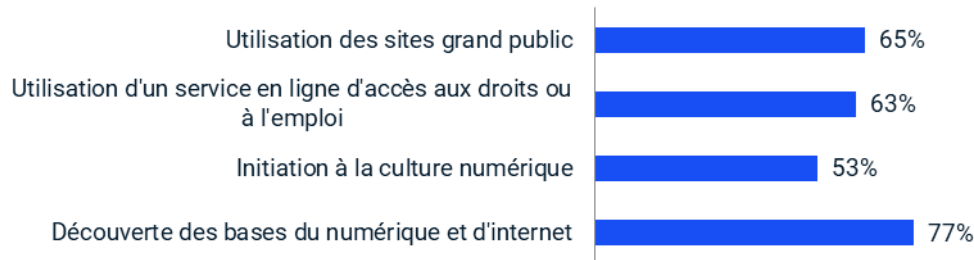
La situation du territoire est assez binaire :

- Soit – pour 39% des structures - les aidants numériques interviennent sans cadre
- Soit - pour 36% des structures – les aidants ont formés.

Pour une partie des aidants, on a le sentiment d'un enjeu d'outillage et de formation des professionnels important, même si cette priorité ressort moins dans la priorisation des structures.

L'offre d'ateliers numériques

Thématiques d'accompagnement en formation



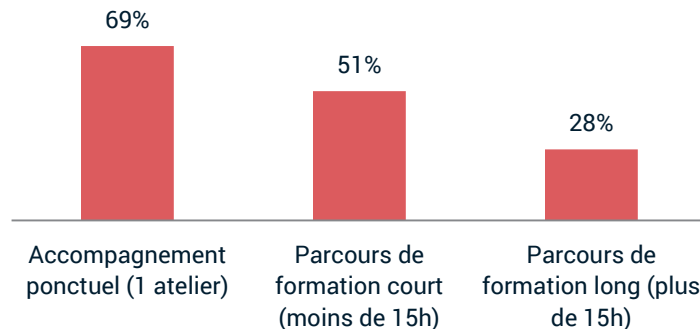
Comme souvent, l'offre de formation sur le territoire est davantage **constituée d'ateliers ponctuels**. C'est un bon levier de motivation ou pour débloquer sur une problématique spécifique. Cela correspond aux demandes des habitants recensées lors de l'enquête. Cependant, les ateliers ponctuels ne sont pas suffisants pour amener les personnes à l'autonomie numérique. Il y a un enjeu à **chaîner les ateliers ponctuels et les parcours courts** pour amener les publics débutants vers l'autonomie.

Rappel enquête habitant

43% des personnes ayant suivi une formation sur le numérique se déclarent toujours peu à l'aise sur le numérique.

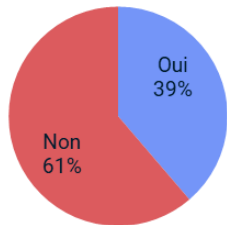
Les **contenus de formation** sont centrés sur des thématiques demandées par les habitants (cf enquête habitante) : la découverte des bases de l'informatique et d'internet, l'utilisation des sites grand public et des services en ligne d'accès aux droits et à l'emploi.

Format des formations



Accessibilité de l'offre

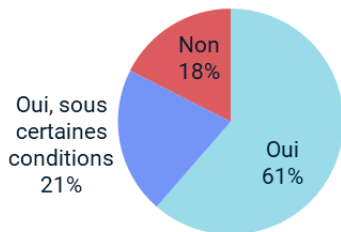
Menez-vous des actions hors les murs ?



39% des structures proposent de l'accompagnement hors les murs. 75% des structures qui font du hors les murs interviennent dans les QPV (18 sur 24). Cependant, les structures interrogées expriment une volonté de réaliser plus d'actions hors les murs.

En partenariat, **61% des structures seraient intéressées pour accueillir des interventions de partenaires extérieurs dans leurs locaux.**

L'accès à votre offre d'accompagnement est-elle gratuite pour les publics ?



L'offre gratuite est très majoritaire.

Rappel enquête habitant

Pour 41% des habitants, la gratuité est le critère le plus important pour être accompagné par une structure. Pour 22% des répondants, c'est la proximité qui est la plus importante.

L'offre **d'accès libre** à de l'équipement et à une connexion



42% des acteurs proposent un accès libre à de l'équipement ou une connexion (28)
(19% en projet – 13)

L'offre d'équipement et de connexion en accès libre est particulièrement importante sur le territoire et adaptée pour les publics qui ne disposent d'aucun équipement (9%) ou ceux qui ne disposent pas d'ordinateur (40%).

L'équipement des lieux est la première priorité d'action choisie par les acteurs, avec la sensibilisation des publics à l'inclusion numérique. De plus, plusieurs acteurs nous ont indiqué des problèmes de réseau sur le territoire (médiathèques et bibliothèques, maison de quartier de Hautmont, centre social de Louvroil).

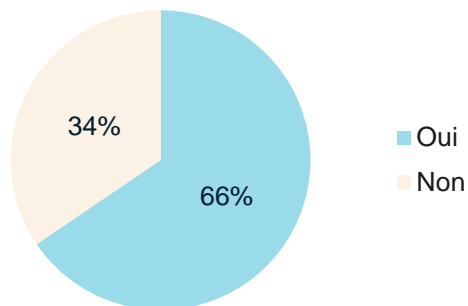
15% des structures proposent de la **vente solidaire / don ou prêt** de matériel numérique et 19% ont pour projet de le faire

10 structures proposent des actions de vente solidaire, de prêt ou de don de matériel à Hautmont, Louvroil, Maubeuge et Jeumont.

Analyse de la coordination et des partenariats sur le territoire

Les financeurs et partenaires sur le territoire

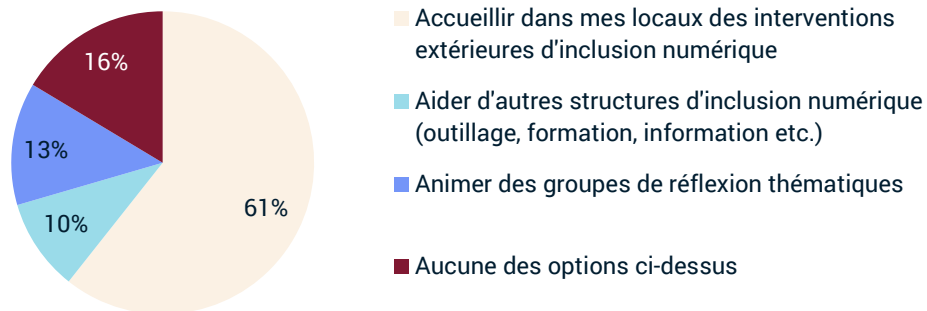
Avez-vous déjà des financeurs sur l'inclusion numérique ?



Les fonds publics ont un poids important dans le financement de l'inclusion numérique.

74% des structures dont les actions d'inclusion numérique sont financées le sont par l'Etat ou les collectivités territoriales (vs 10% de fonds européens, CAF).

En partenariat seriez-vous intéressés par l'une des possibilités suivantes ?



37% des structures ayant répondu à l'enquête, travaillent en partenariat sur l'inclusion numérique.

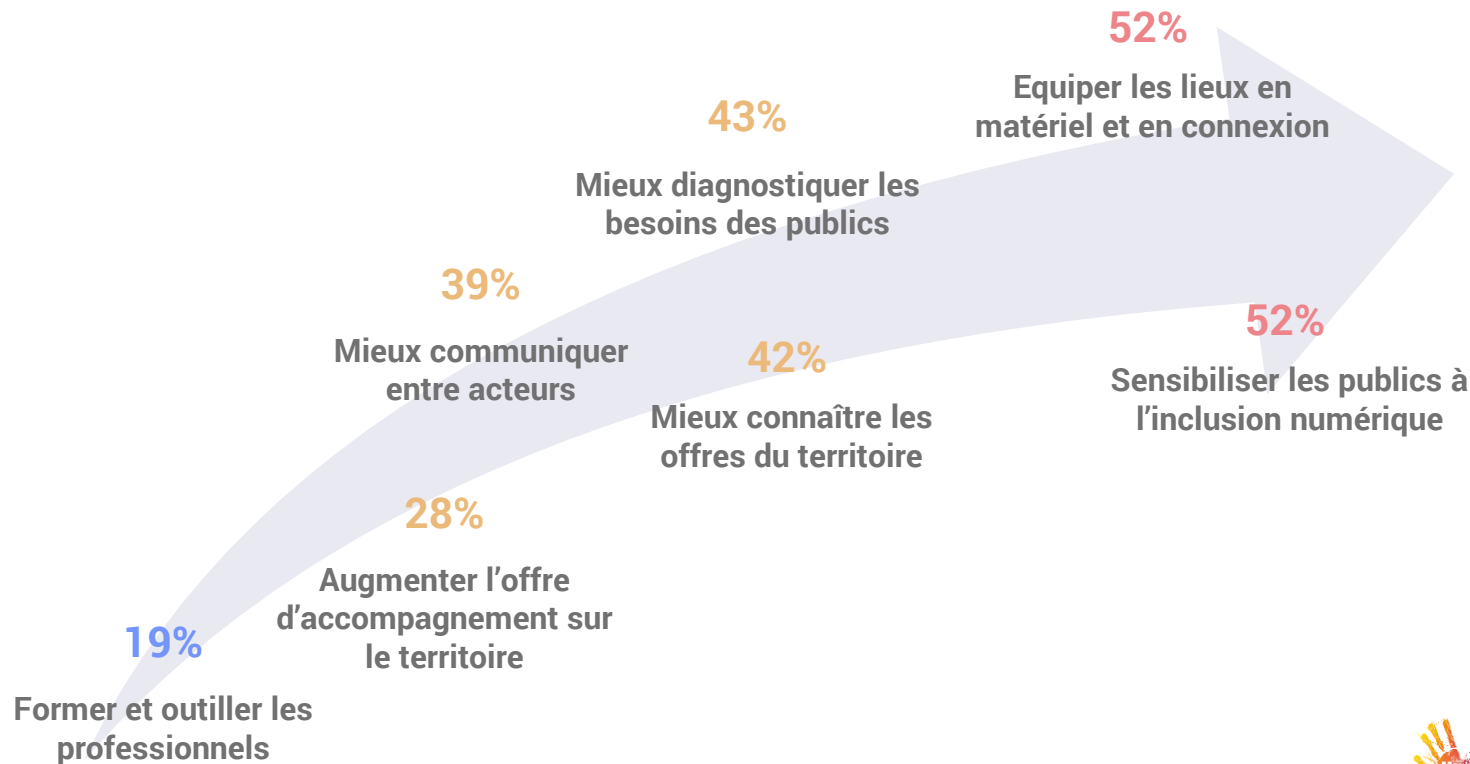
Les partenaires les plus cités sont : Efficienne, Les centres sociaux connectés, La Cité des Géométries, Mots et Merveilles, Emmaüs Connect.

Peu de partage des pratiques mais 23% des structures sont intéressées pour travailler en partenariat sur le sujet.

4

Recommendations

Priorités d'action des structures sur le territoire



Pistes d'actions suites au diagnostic



1. Amener les publics les plus éloignés vers les accompagnements

Les accompagnements touchent une partie des publics faciles à mobiliser mais les acteurs du territoire s'accordent à dire qu'il faut aller chercher des publics que l'offre actuelle ne parvient pas à atteindre. Ex : **10,5% des personnes peu à l'aise ont été accompagnées**. Sensibiliser les publics à l'inclusion numérique est la première priorité d'action selon les structures.

- Par le développement d'une **offre d'aller vers et de sensibilisation** auprès des publics les plus isolés, les plus éloignés de la communication, et les plus réfractaires. (ex : demies-journées sur les marchés pour présenter l'offre, offre de sensibilisation, intégration du numérique dans d'autres ateliers thématiques etc.)
- Par l'amélioration de la **visibilité des acteurs, entre pros et vis-à-vis des proches**, pour favoriser l'orientation des publics (ex : cartographie de l'offre, programme de rencontres entre professionnels, organisation d'une campagne de communication dans les écoles etc.)

2. Outiller les aidants et équiper les lieux

L'équipement et la connexion des lieux est la première priorité d'action selon les structures. Un état des lieux plus fin des besoins pourrait être dressé pour favoriser des points d'accès numérique plus nombreux.

Il nous semble aussi que **l'outillage de tous les aidants (officiels et informels)** est essentiel pour garantir la proximité des accompagnements :

- Par la **mise à disposition de ressources utiles** (ex : outils Les Bons Clics, Kit d'intervention rapide Mission Société Numérique, ressources d'acteurs locaux) pour renforcer l'attractivité de l'offre et l'intérêt des usagers, **et pour aider des acteurs à agir dans les territoires moins couverts**.
- Par le **partage de bonnes pratiques** portée par les associations motrices sur le territoire qui ont des champs d'expertise complémentaires (ex: organisation d'un programme de rencontres participatives) ou par les nouveaux **Conseillers Numériques**



5

Prochaines étapes

Prochaines étapes



Ateliers de co-construction de la stratégie d'inclusion numérique avec les acteurs du territoire

- Atelier 1 – Mardi 18 janvier de 10h30 à 12h30
« Amener les publics éloignés vers les accompagnements »
- Atelier 2 – Mardi 25 janvier de 10h30 à 12h30
« Outiller les professionnels et favoriser le partage de bonnes pratiques »

Merci et à bientôt

Retrouvez nous sur wetchcare.org

