



Offre de services de médiation numérique dans les structures culturelles et socioculturelles de proximité en Nouvelle-Aquitaine

Synthèse de l'étude

Avril 2018

Avec le soutien de :



Note

L'étude intégrale et ses données sont disponibles sous licence Creative Commons by-nc-sa. De nombreux propos recueillis lors des entretiens sont cités et n'appartiennent qu'à leurs auteurs. Merci de les mentionner en cas de diffusion. Ce document est une synthèse.



Offre de services de médiation numérique dans les structures culturelles et socioculturelles de proximité en Nouvelle-Aquitaine

Les acteurs culturels et socioculturels de proximité, comme de nombreux établissements d'accueil des publics, développent depuis plusieurs années, une offre de services de médiation numérique. Ces acteurs de terrain, parce qu'ils travaillent sur la culture et sur les représentations du monde, constituent un maillon fondamental dans la stratégie de médiation numérique nationale en tant que lieux de concertations locales, de réflexion critique et de participation des citoyens.

Mieux identifier les structures et ce qu'elles font aujourd'hui en matière de médiation numérique

Cette étude a reçu le soutien de :



Les questions qui ont traversé cette étude s'intéressent à deux sujets principaux : **les structures et leurs offres de services de médiation numérique.**

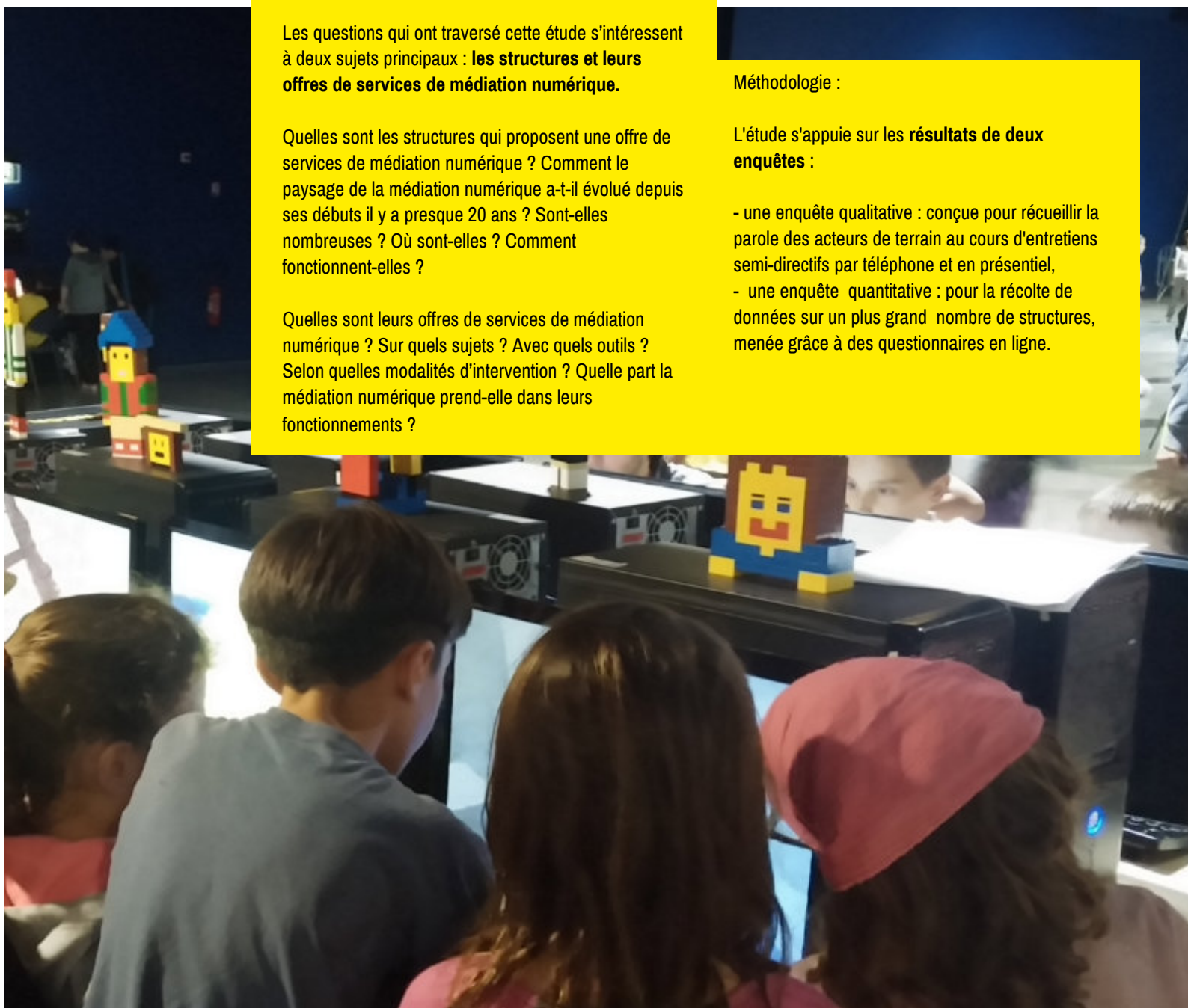
Quelles sont les structures qui proposent une offre de services de médiation numérique ? Comment le paysage de la médiation numérique a-t-il évolué depuis ses débuts il y a presque 20 ans ? Sont-elles nombreuses ? Où sont-elles ? Comment fonctionnent-elles ?

Quelles sont leurs offres de services de médiation numérique ? Sur quels sujets ? Avec quels outils ? Selon quelles modalités d'intervention ? Quelle part la médiation numérique prend-elle dans leurs fonctionnements ?

Méthodologie :

L'étude s'appuie sur les **résultats de deux enquêtes** :

- une enquête qualitative : conçue pour recueillir la parole des acteurs de terrain au cours d'entretiens semi-directifs par téléphone et en présentiel,
- une enquête quantitative : pour la récolte de données sur un plus grand nombre de structures, menée grâce à des questionnaires en ligne.



Receueillir la parole des acteurs de terrain et récolter des données mesurables

**Une forte réactivité des structures récentes dans le
paysage de la médiation numérique**

15 entretiens de 45 mn avec des acteurs de terrain volontaires ont eu lieu entre janvier et février 2018. Leurs structures sont réparties sur 9 départements de la Nouvelle-Aquitaine. Elles sont de taille moyenne ou petite, anciennes ou récemment créées, situées en zones urbaines et rurales,

L'enjeu de ces entretiens est de recueillir des témoignages permettant d'**avoir une idée de ce qui se passe dans des secteurs éloignés des grandes métropoles**, de mettre en avant des quotidiens dont on parle peu.

La constitution du panel s'est aussi construite à partir d'opportunités : certaines structures ont spontanément réagi et étaient volontaires pour participer à l'enquête notamment les structures récentes : les tiers-lieux (ce qui explique leur présence importante dans cette étude).

Des structures difficilement repérables.

Un travail de mise à jour des bases de données d'adresses emails des structures a été nécessaire. Les informations recueillies sur les bases de données historiques sont peu fiables car anciennes et rarement mises à jour. Des recherches ont été réalisées pour construire un fichier de contacts de meilleure qualité. Au total, la base de données compte 1350 mails.



Une faible mobilisation des structures sollicitées par mail :

1350 mails envoyés / 24 % des mails ouverts / 7 % de clic / taux de réponse de 7,5 %

Les réseaux sociaux ont aussi été utilisés : 503 personnes ont été atteintes par ce biais.

Les raisons peuvent être multiples : manque de temps, mauvais relais de l'enquête vers la personne "légitime" pour répondre, sur-sollicitation sur d'autres enquêtes, manque d'intérêt...

Les ressources humaines sont ce qui manque le plus pour développer une offre de services de médiation numérique



79% des répondants proposent une offre de services de médiation numérique dans leur structure.

Les personnes interrogées et citées dans cette étude - merci pour leurs contributions :

Jacky Gaucher (Président et médiateur) - Club-Interface - Club informatique à Jonzac (17)

Amélie Rodrigo (responsable du PPM) - Point Public Multimédia de Juillac (19)

Christelle Aaufaure (Coordinatrice de réseau) - ALISO Réseau creusois des acteurs du lien social à Guéret (23)

Eric Durand (conciergerie et médiateur numérique) - La Quincaillerie - tiers-lieu à Guéret (23)

Arnaud Zany Président du Mars-Hack Lab - Fab Lab associatif et Médiateur numérique au For@m - Centre social et culturel à Marsac sur l'Isle (24)

Sarah Gourvil (Coordinatrice des projets numériques) - Ligue de l'enseignement ateliers bénévoles à Artigues-pres Bordeaux (33)

Emilie Bamba-Menu (Directrice) - Médiathèque Jean Pauly de Gironde sur Dropt (33)

Guillaume Riffaud (Transformation numérique des entreprises et territoire) - La Smalah - Tiers-lieu à St Julien en Born (40)

Simon Manouvrier (chargé du numérique) - Médiathèque de Dax (40)

Karim Enjelvin (Animateur atelier informatique) - Médiathèque de Nérac - espace d'Albret de Nérac (47)

Maialen Sanchez (Directrice) - Médiathèque de Biarritz (64)

Guillaume Clément (Responsable jeunesse et multimédia) - CSC Les chemins blancs Centre Socioculturel de Niort (79)

Kim Delagarde (Directeur) - La Bêta-Pi, Fab Lab à Melle (79)

Nicolas Parrod (Médiateur numérique) - Rurart Centre d'art de Rouillé (86)

L'insuffisance de **ressources humaines** est la première raison d'une absence d'offre.

Le manque de ressources humaines

Le manque de ressources matérielles

Ce n'est pas à l'ordre du jour

Le médiateur numérique : un rôle prépondérant pour développer une offre.

Déroulement de l'étude

Concertation avec les partenaires - Décembre 2017
Cadre général du projet / Cadrage méthodologique de la mission

Préparation: janvier 2018
Premiers repérages des offres sur le web
Constitution de fichiers de contacts : les structures relais (interlocuteurs tête de réseau ou institutions), structures socioculturelles et culturelles cibles.

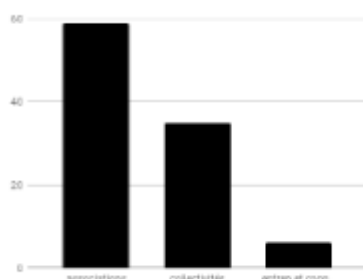
Mailing auprès des relais locaux et institutionnels pour la récolte de contacts et le relais de communication sur l'enquête quantitative.

Entretiens (enquête qualitative) : janvier à février 2018
Entretiens / conception des questions des entretiens semi-directifs
Panel et prise de rdv
Entretiens / enregistrements et comptes-rendus
Synthèse des entretiens + hypothèses pour l'enquête quantitative
Rédaction des synthèses

Enquête quantitative : février 2018
Conception du questionnaire / mise en ligne du questionnaire
Ajustements de la base de données des contacts
Diffusion - 1ère campagne de mailing - diffusion réseaux sociaux
Nettoyage de la base de données et consolidation du fichier contacts
Relance - 2ème campagne de mailing
Relance questionnaire aux erreurs ou non répondants
Récolte et traitement des données

Etude et synthèse : mars - avril 2018
chemin de fer - rubriquage des documents de synthèse
rédaction / mise en page / validation auprès des participants aux entretiens et partenaires
diffusion publique des résultats

Rupture des schémas historiques des structures de médiation numérique



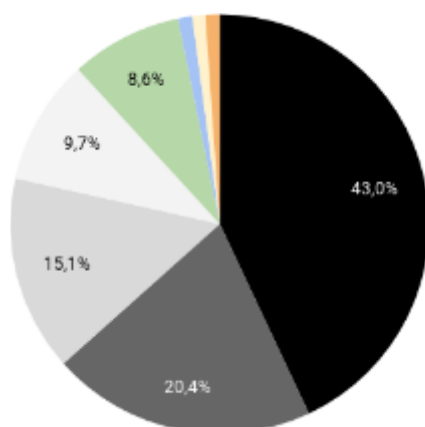
statuts juridiques :
59 % d'association
35 % de collectivités
6% entreprises et coopératives

Nouveauté : les collectivités qui historiquement étaient les plus représentées ne constituent plus la majorité des structures

Typologie

La proportion de structures déclarant ne pas se reconnaître dans les typologies proposées est très élevée : 43%.

Existerait-il une dynamique nouvelle de la médiation numérique dans des types de structures "émergentes" ?



- Autre
- Bibliothèque-médiathèque
- Centre social
- Espace socio-culturel
- Structure info-
- Maison de quartier
- MJC
- Mission locale

A quel type de structure déclarent-elles appartenir ?

Tiers-lieu 32%

Co-working 12%

EPN / médiation numérique 12%

Fablab 8%



La proportion élevée de tiers-lieux ayant répondu est notable.

Ils constituent de nouveaux types d'espaces ancrés sur le territoire, animés par des habitants et porteurs d'une offre multiple et non-figée où le numérique trouve une place importante, collaborative, évolutive et en adéquation avec les attentes des publics. Par ces caractéristiques ils contribuent à bousculer les offres historiques de services de médiation numérique et participent de leur renouvellement.

" Nos espaces sont très divers : exposition, coworking, formation, epn, convivialité, média, antenne, fablab... nous travaillons avec 30 associations partenaires conventionnées, l'espace est ouvert partout pour tous, de ce fait, l'évolution du lieu et des projets est permanente."

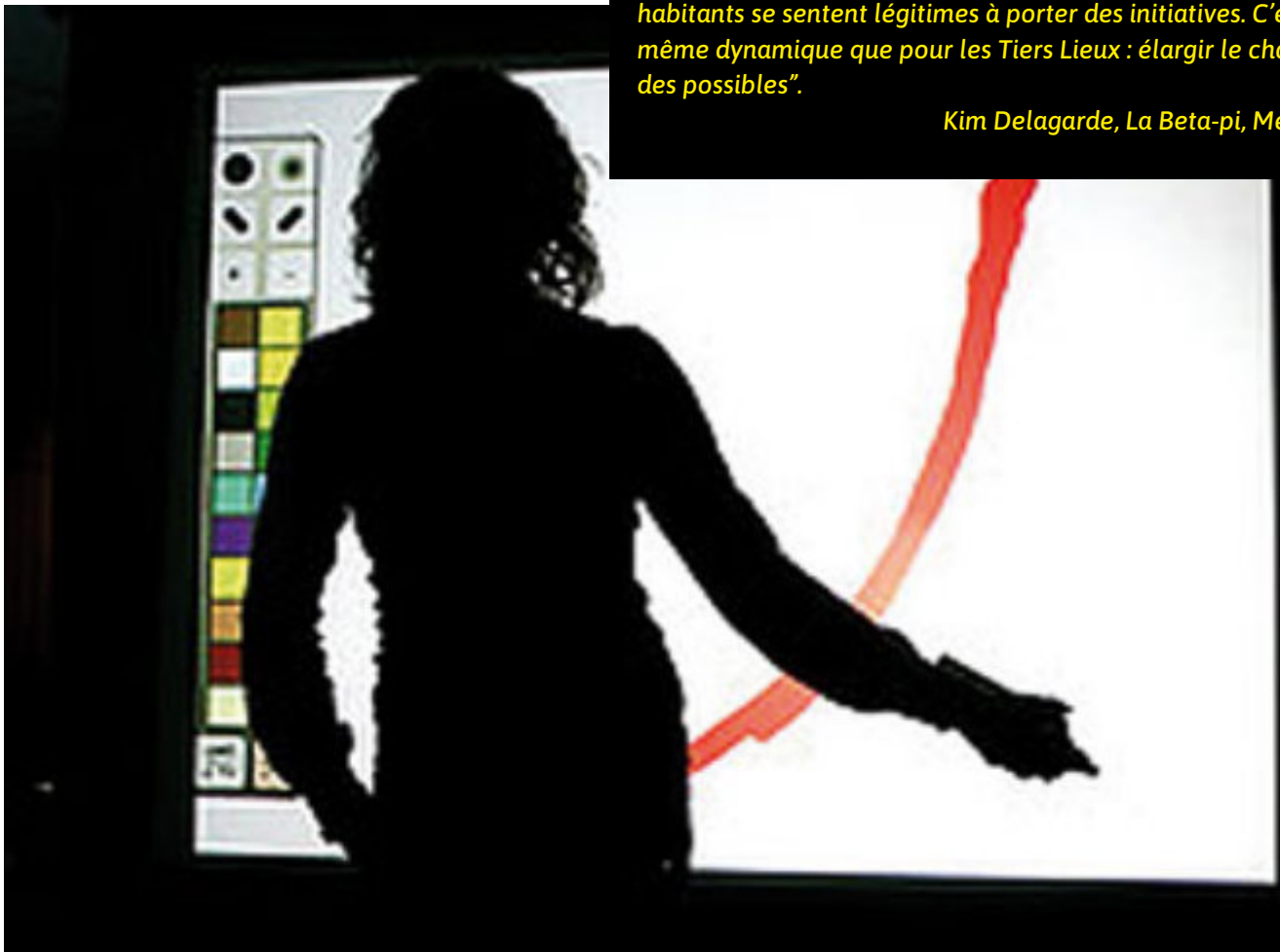
Eric Durand, La Quincaillerie, Guéret (23)

"Le lieu fonctionne grâce à la synergie entre tous les acteurs locaux...nous nous mobilisons par exemple avec une vingtaine d'autres assos, au sein de l'asso du marché pour organiser des repas collectifs hebdomadaires très fréquentés...Le projet ne peut exister que dans ce contexte. Il est intimement lié au territoire et à ses habitants...Le numérique fonctionne quand il est ancré à l'humain."

Guillaume Rifaud, La Smalah : Saint-julien en Born, (40)

"Plus il y a d'offres, plus la participation augmente car les habitants se sentent légitimes à porter des initiatives. C'est la même dynamique que pour les Tiers Lieux : élargir le champ des possibles".

Kim Delagarde, La Beta-pi, Melle (79)



Des missions de service aux publics et porteuses de valeurs de solidarité et d'éducation populaire

"Nous sommes un Tiers-Lieu mais l'une de nos valeurs fondatrices est la notion de collectif qui doit rendre service à la population, c'est une valeur de « service public » en tant que véritable parti pris politique".

Guillaume Rifaud, La Smalah, Saint-Julien en Born (40)

"Il s'est agi de créer un grand pôle dédié à l'image, à l'éducation et à la culture pour tous. Notre mission générale est la lecture publique et l'accès à la connaissance pour tous et par tous les supports : livres, cd, vidéos, revues."

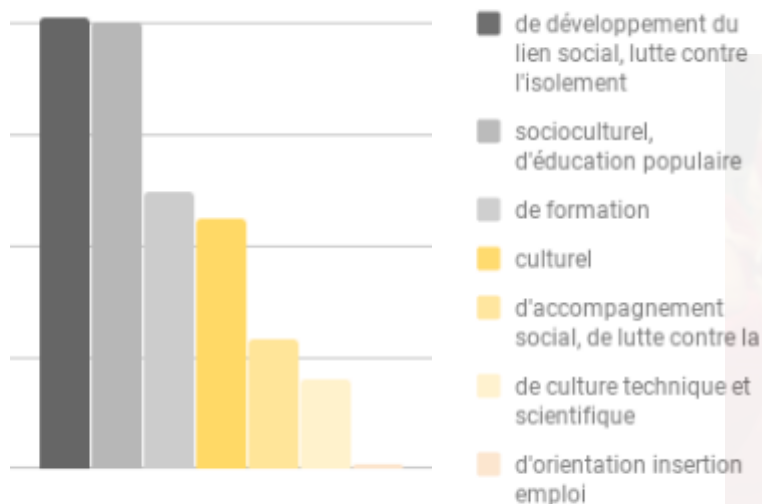
Maialen Sanchez, Médiathèque, Biarritz (64)

"Nous avons une mission claire de service public : l'accès à la culture pour tous".

Simon Manouvrier, Médiathèque, Dax (40)

"Nous nous positionnons comme un service public qui veut fédérer les populations locales autour de l'émergence de projets collectifs permettant de co-crée et conserver de la valeur sur les territoires".

Eric Durand, La Quincaillerie : Guéret (23)



Des lieux de services aux publics, de convivialité et de sociabilisation

"Dans notre structure il existe une forte demande pour le maintien du lien social...La PPM est aussi et de plus en plus un lieu de convivialité car les commerces disparaissent de plus en plus dans les villages"

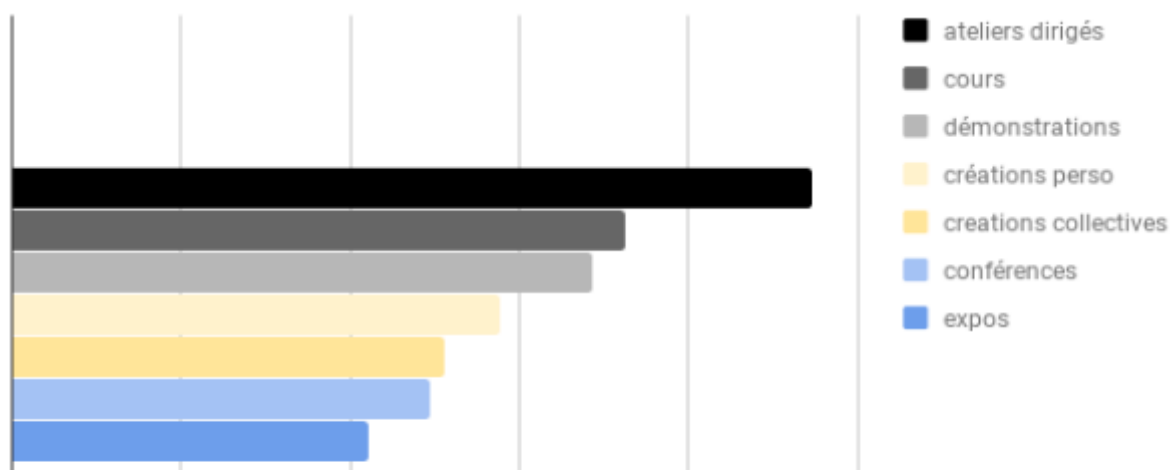
Amélie Rodrigo, Point Public Multimédia de la Mairie de Juillac (19)

"Notre mission repose autant sur l'apprentissage informatique, que sur le développement et le maintien du lien social, à 50/50".

Jacky Gaucher, Club Inter-faces, Jonzac (17)



Des formats de médiation pensés pour la circulation des connaissances et savoirs-faire et l'implication des publics



Ces résultats révèlent l'importance à la fois de pratiquer, de manipuler des outils mais aussi d'aller à la découverte de nouvelles notions, de nouveaux outils et usages. L'offre de médiation numérique est une incitation à la découverte, à la manipulation (en noir et gris). Les formats dédiés à la création (en jaune) sont en 4ème et 5ème position et les formats où le public n'est pas en face-à-face avec les écrans arrivent en dernière position (en bleu).



"Aujourd'hui finis les temps spécifiques sur les enjeux sociétaux des technologies (pas assez de public). Le discours est aujourd'hui directement intégré dans toutes les phases des modules de médiation...le discours est toujours présent mais n'est plus séparé du contenu...il fait partie intégrante de la pratique de médiation d'aujourd'hui".

Nicolas Parrod, Rurat, Rouille (86)

"La Quincaillerie a pour objectif de sensibiliser aux usages numériques et de fédérer les implications citoyennes et collectives...pour ça elle multiplie les offres, contenus et formats de médiation : animations, formation, expos, goûter musicaux, after work, biennale...et beaucoup d'autres".

Eric Durand, La Quincaillerie, Guéret (23)

"Ici nous donnons les enseignements pour que les jeunes deviennent autonomes et responsables face aux technologies...comme disait Confucius : "On vous apprend à pêcher, on vous donne pas de poisson""

Arnaud Zany, Forum@, Marsac sur l'Isle, (24)

Les formats d'ateliers visent aussi l'entraide : les publics apprennent aux publics.

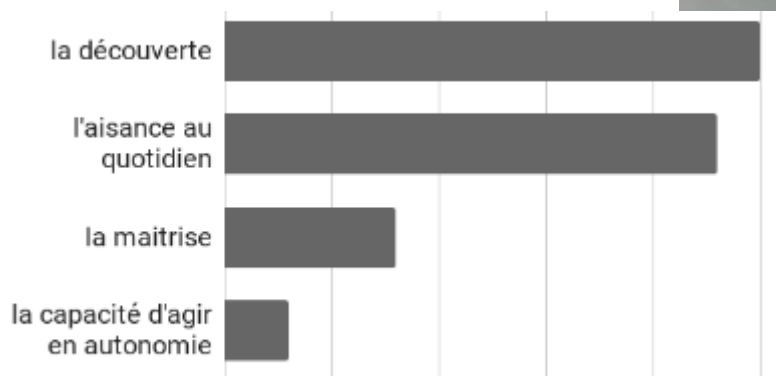
"L'idée était donc de rassembler les citoyens pour qu'ils s'informent et s'éclairent mutuellement sous forme de débat, discussion, notamment sur les questions et enjeux d'actualité. Donc à l'origine du projet il y a une vraie mission d'éducation populaire et une démocratie participative toujours au cœur des projet de la fédération".

Sarah Gourvil, Ligue de l'enseignement, Artigues-près-Bordeaux (33)

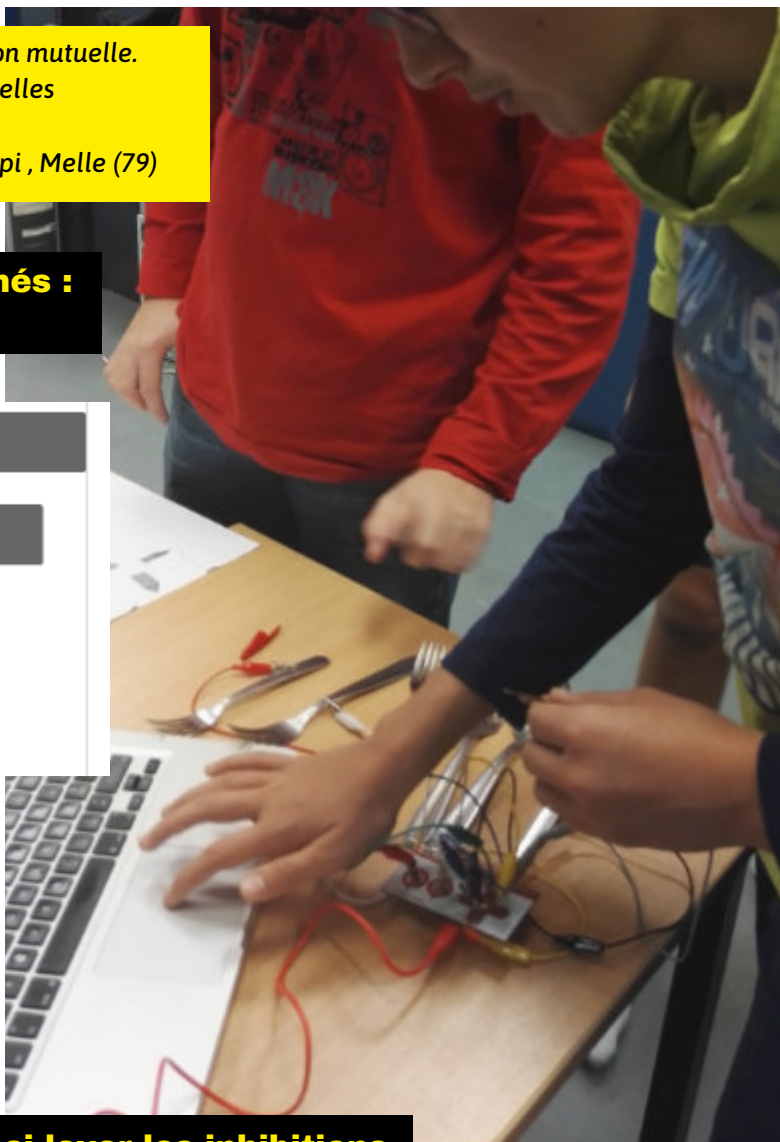
"Ce qui est emblématique de nos actions est la formation mutuelle. L'idée est que plus il y aura de personnes formées, plus elles formeront les autres"

Kim Delagarde, La Beta-pi, Melle (79)

Les niveaux d'appropriation recherchés : d'abord la découverte ...



Les niveaux s'appropriation visés pour les publics sont cohérents avec les formats. Les besoins formulés par les publics relèvent souvent d'un besoin d'acquérir de l'aisance dans la pratique au quotidien (savoir "se débrouiller" avec un outil, un logiciel, une tâche...).



... mais aussi lever les inhibitions

" Les hommes seniors viennent moins que les femmes...sans doute à cause d'une certaine difficulté à montrer qu'on ne sait pas faire...il faudrait lever les inhibitions surtout chez les hommes d'un certain âge"

Amélie Rodrigo, Point Public Multimedia de la Mairie de Juillac (19)

90% des structures inscrivent leur offre de services de médiation numérique dans un projet plus vaste.

Elles développent des réponses aux besoins exprimés par les publics au sein de projets construits pour et avec les publics. L'enjeu est double : construire du sens et proposer des parcours pour les publics tout en répondant à leurs demandes.

“Nos projets sont élaborés en mode participatif pour évaluer ensemble la forme des ateliers et leurs contenus. Ils correspondent ainsi à leurs véritables attentes.. Il faut aussi apprendre à faire avec les autres.

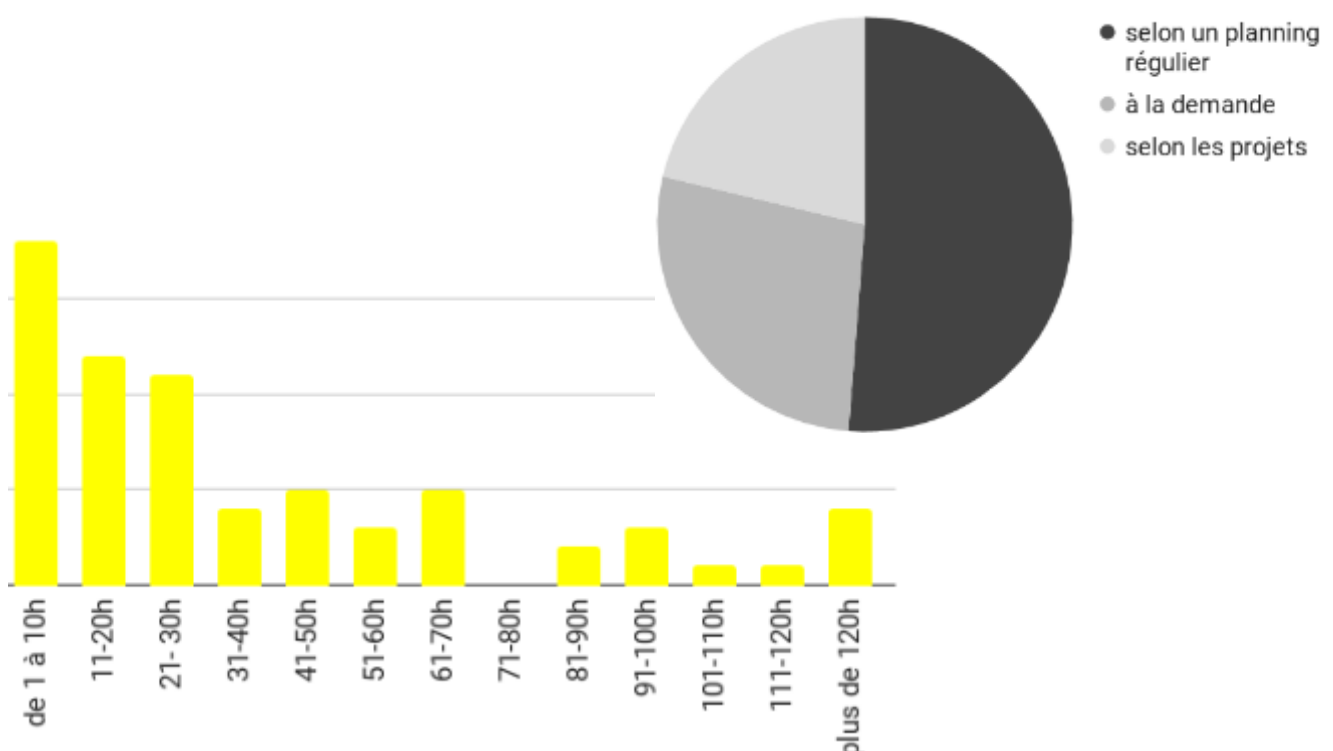
On ne parle plus seulement de DIY (Do It Yourself / Fais-le toi-même mais de DIO (Do It Ourselves / Faisons-le nous-mêmes)”

Arnaud Zany, Forum@ : Marsac sur l'Isle,(24)

“Nous nous dirigeons de plus en plus vers des projets annuels thématiques. En effet, les Workshops organisés sur les petites vacances vont baliser un champ de la création numérique. Ils seront approfondis et finalisés tout au long de l'année. Exemple : une semaine sur la cartographie sonore d'un territoire... ce mode projet a entre autres avantages d'impliquer les participants sur le long terme mais aussi de laisser le temps nécessaire à la créativité”.

Nicolas Parrod, Rurat, Rouille (86)

Une organisation régulière mais sur des volumes horaires dédiés faibles



Estimation du nombre d'heures consacrées aux services de médiation numérique sur un mois

Une offre centrée sur les usages les plus courants, les "basiques" du numérique



Du fait de cette demande spécifique des usagers, les structures dont la mission première était culturelle, ont tendance désormais à privilégier des usages pratico-pratiques :

"A la base notre mission était culturelle mais avec la transformation numérique elle est devenue de plus en plus socioculturelle car de plus en plus de demandes d'accompagnement social notamment pour les adultes. (démarches administratives + bases de l'internet + insertion professionnelle pour les jeunes adultes (CV)...nous nous éloignons de plus en plus de l'offre culturelle pour aller vers le social"

Emilie Bamba Menu, Médiathèque Jean Pauly, Gironde sur dropt (33)

"On a régressé depuis quelques années en proposant de répondre à la demande des usagers qui se referment uniquement sur des usages de consommation (Facebook...). Il y a toujours des ordinateurs et un animateur pour assister et former mais moins de demandes et de propositions sur l'artistique. On est plus sur du pratico-pratique".

Karim Enjelvin, Médiathèque, Nérac, (47)

Les démarches administratives : une urgence

“Demande très importante des usagers notamment du fait de l’obligation des démarches administratives numériques. L’équipe est dans la réflexion pour embaucher un salarié dédié uniquement à cela, mais ça ne couvrirait même pas la totalité des demandes bien trop importantes. L’offre de médiation numérique en particulier sur l’apprentissage des bases pour télédéclaration, devrait être une priorité des pouvoirs publics : l’augmentation des ateliers numériques à prix accessible est une urgence”

Guillaume Clément, Les chemins blancs, Niort (79)

Les lieux se diversifient pour mieux répondre à la variété des demandes :

“Nous entrons en contact avec les jeunes par leurs propres canaux et ça fonctionne ! Nous organisons des ateliers avec le smartphone et pas contre le smartphone ce qui nous permet à la fois de mobiliser les jeunes, de les former sur l’optimisation de leurs outils, de faire passer des messages sur la prévention mais aussi de maintenir le lien intergénérationnel en associant parfois les parents au projet de leurs ados, ils réalisent ainsi que le smartphone peut être un bon outil si on apprend à en faire un bon usage (c’est de la dédramatisation...)”

Arnaud Zany, Forum@, Marsac sur l’Isle (24)

“Education aux nouveaux médias (web radio, analyse de l’image chaîne youtube etc.) , robotique, coding, accompagnement des entreprises sur la transition numérique, lien intergénérationnel, projet de formation, débats, Intervention et conférence à l’étranger, collaboration avec des structures ESS (NDRL Economie Sociale et Solidaire), expo et résidences d’artistes, projets collectifs... Notre offre est diversifiée afin de répondre à la diversité des attentes et des besoins...de façon à parler à tout le monde sans exclure personne”.

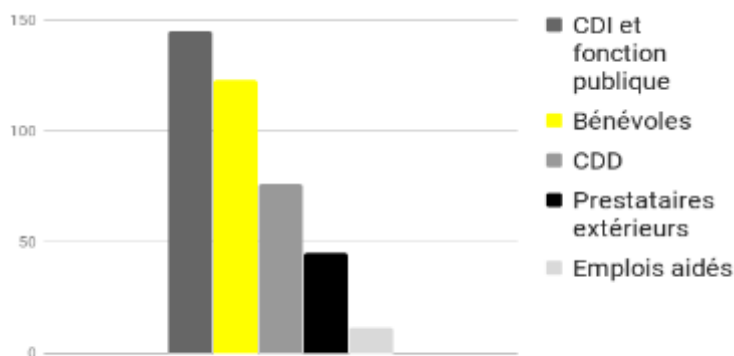
Guillaume Rifaud, La Smalah, Saint-julien en Born (40)

“Nous organisons essentiellement des ateliers d’appui individuel dans les démarches d’insertion professionnelle. Nous travaillons également avec des partenaires locaux de l’insertion sur des petits groupes de travail”.

Christelle Aufaure, Aliso, Guéret (19)



Ressources humaines et matérielles



Les ressources humaines, reconnues comme prépondérantes par les structures en matière de médiation numérique sont largement salariées.

Le secteur est professionnalisé avec 221 personnes en CDI-fonction publique / CDD.

Les bénévoles sont très présents : 123 selon notre enquête.

“Nous proposons d’ores et déjà une formation certifiante, prioritairement à destination des décrocheurs scolaires, au métier de médiateur numérique. L’idée à terme est d’en embaucher certains au sein d’une coopérative pour les accompagner vers leur premier emploi...”

Guillaume Rifaud, La Smalah, Saint-Julien en Born (40)

“Notre équipe est constituée de six bénévoles, un prestataire externe et une personne en CAE devenue travailleur indépendant”.

Jacky Gaucher, Club Inter-faces, Jonzac (17)

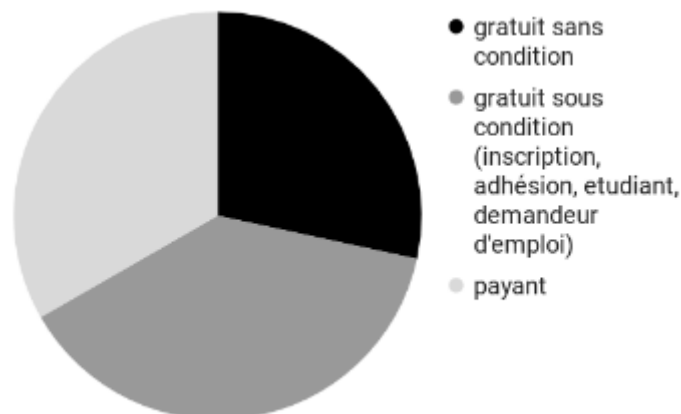


Les structures ont en moyenne 8 ordinateurs, 3 outils nomades (tablettes, smartphones). Les outils de fabrication numérique et robotiques sont peu répandus.

Financements : un équilibre précaire pour un secteur qui se réclame du service public mais est contraint à trouver des solutions de multi-financement pour fonctionner.

“Nous fonctionnons essentiellement en auto-financement (activités, prestas). Très peu de subvention ou alors sur des appels à projet. Globalement le modèle économique est très précaire...Nous nous trouvons en période de difficulté car le cœur du projet est le service au public. Impossible d’envisager un autofinancement total”.

Kim Delagarde, La Beta-pi, Melle (79)



Synthèse et perspectives

L'offre de services de médiation numérique existe sur les territoires. Son écosystème historique est en pleine évolution, notamment du fait d'initiatives citoyennes participatives nouvelles.

Les valeurs que les structures défendent conservent les mêmes racines : celles de l'éducation populaire, de l'apprentissage en faisant et de l'entraide.

L'ancrage territorial fort des structures et l'implication des habitants font évoluer les services pour une meilleure adéquation aux besoins exprimés par les publics. Ainsi les structures se forment grâce aux forces vives locales et s'adaptent à leurs attentes pour continuer leurs missions de "service au public".

Les usages et outils abordés dans les services de médiation numérique s'orientent donc vers des réponses à des besoins pratiques alliés à de la découverte. L'enjeu est d'arriver à conserver cette ouverture culturelle, même si elle diminue dans l'offre proposée au public.

La diversité est une des stratégies choisies pour répondre aux attentes variées des publics : usages du web, messagerie, e-administration, réseaux sociaux ... dans des formats différents : ateliers de pratique dirigée ou accompagnée, cours, démonstrations, ateliers de création...

Cette offre est encapsulée dans des projets qui permettent de redonner du sens, de trouver des ressources financières et d'impliquer les publics encore davantage.

C'est ce dynamisme permanent, nécessaire pour jongler entre les formes, les contenus, les financements, etc ... , qui permet aux structures de trouver leurs publics, de les garder voire de s'appuyer sur eux pour faire vivre le lieu et remplir leurs missions.

L'éventail de l'offre de médiation numérique des structures s'étend, pour coller aux attentes du public et il est bien difficile d'identifier ce qui est caractéristique des structures culturelles et socioculturelles de proximité. Les médiathèques proposent de l'aide à l'insertion et à la recherche d'emploi et les tiers-lieux proposent des expositions artistiques. Les associations socioculturelles font de la formation sous forme de cours et les clubs informatiques organisent des débats sur des enjeux de société.

Les formes et les sujets s'entrecroisent et c'est une bonne nouvelle pour les publics qui ont de quoi faire leur choix.

Reste le sujet des financements de ces initiatives qui eux aussi doivent se diversifier si les structures veulent pouvoir continuer de professionnaliser ce pan de leur activité. Car les ressources humaines sont bel et bien au cœur de la mise en vie de cette offre sur les territoires, devant les machines et les réseaux de câbles. Leur formation est un enjeu crucial pour s'adapter et se maintenir à niveaux dans tous les domaines traversés par le numérique ... c'est à dire tous !

Un autre enjeu capital servirait le secteur : mesurer ce qu'il produit. La valeur sociale de son action n'est actuellement que peu (ou pas) évaluée et cela ne permet ni de le défendre en tant que service aux population, en tant que services d'amélioration des conditions de vie, ni de le faire évoluer pour que son impact soit meilleur.

Remerciements :

Cette étude a été réalisée par Médias-Cité et Azimut communication (Sophie Raoult). Nous tenions à remercier sincèrement les personnes qui ont bien voulu prendre le temps de participer à cette enquête et notamment les personnes interrogées au cours des entretiens téléphoniques pour leur disponibilité, la clarté de leurs propos et leurs autorisations à les citer. Merci à nos partenaires publics pour leurs soutiens :



crédits photos : Médias-Cité dans le cadre de projets menés (dans l'ordre) à Ambarès-et-Lagrave, Pessac, Libourne, Blanquefort, Villefrance-sur-Soane, Lormont, Eysines, St Ciers-sur-Gironde, St Médard-en-Jalles.



MÉDIAS-CITÉ
Innovation sociale et numérique

coop

Médias-Cité
SCIC SARL

87 quai des Queyries
33100 Bordeaux

info@medias-cite.coop
medias-cite.coop
05.56.16.48.20