

WETECHCARE


cirb.brussels 
IT is for you

Évaluation de l'attractivité des EPN de Bruxelles

Contexte et objectifs de la démarche

La Coordination Inclusion Numérique (au sein du CIRB) a engagé une démarche en faveur de l'inclusion numérique des publics et dans le cadre du Plan d'Appropriation Numérique

Un EPN, en tant qu'acteur de première ligne face à la fracture numérique, représente un lieu de médiation numérique permettant aux publics à la fois d'avoir accès à une connexion internet, de se faire accompagner dans ses démarches en ligne et autres usages numériques du quotidien, ou encore de suivre des formations pour augmenter ses compétences numériques de base et devenir autonome dans l'utilisation de l'outil IT. Or, force est de constater que malgré tous les avantages que l'EPN peut offrir à la population éloignée du numérique, les EPN restent méconnus d'une partie de ce public.

WeTechCare a été sollicité pour conduire cette démarche visant à analyser les enjeux concernant l'attractivité des lieux de médiations numériques existants sur Bruxelles

Méthodologie de la démarche



Cette étude vise à présenter les résultats d'une enquête sur l'évaluation de l'attractivité des EPN à Bruxelles, menée en trois parties durant les **mois d'avril et de mai 2021**.

Son objectif est de comprendre les différentes dynamiques autour de l'inclusion numérique à Bruxelles et de trouver des synergies entre les trois grandes catégories de personnes et organisations concernées (grand public, structures qui orientent le public, et les EPN qui accueillent le public).

À l'aide des échanges effectués avec plusieurs organisations et des observations faites sur le terrain, une série de recommandations est établie.



Les conditions sanitaires et le confinement imposés depuis le printemps 2020 sont à prendre en considération. D'une part ils ont mis à l'arrêt un grand nombre d'initiatives d'accompagnement et de réduction de la fracture numérique, d'autre part ils ont davantage creusé le fossé pour les personnes déjà en précarité numérique (couplée à d'autres formes de précarité dans un grand nombre de cas).

SOMMAIRE

1. Les EPN de Bruxelles
2. Les structures qui orientent les publics
3. Les publics & personae
4. Recommandations
5. Annexes

1 – Les EPN de Bruxelles

Ateliers avec les EPN de Bruxelles

La méthodologie comprenait **la tenue d'un atelier avec un échantillon d'EPN de Bruxelles**. L'objectif était d'approfondir avec eux :

- Le parcours des publics en précarité numérique jusqu'aux EPN
- Les forces et faiblesses des EPN
- Le fonctionnement interne des EPN



EPN conviés



- BiblioBerchem
- Bibliothèque des Riches Claires
- BRAVVO
- Service de la jeunesse, Ville de Bruxelles
- EPN Evere, L'Entrela
- Forest-Quartiers-Santé asbl
- BiblioJette
- Service Emploi de Koekelberg
- Solidarité Savoir asbl
- Study Kids Support asbl
- Sapiens
- Bibliothèque Sésame
- De Schakel vzw
- Maison de l'Emploi d'Uccle
- Wolu Cyber Cité



Sélectionnés car ...

- Ils représentent des EPN **labellisés et non-labellisés**
- Ils accueillent des **publics différents** (jeunes, chercheurs d'emploi, seniors, tout-public)
- Ils sont **localisés dans différents quartiers** de Bruxelles pour couvrir une zone géographique la plus large possible
- Ils représentent des **quartiers sociodémographiques** très variés (populaires, défavorisés, aisés, urbains, péri-urbains)

Publics des EPN

La crise sanitaire joue un rôle important dans l'isolement des personnes déjà éloignées du numérique. Les EPN rencontrent également un glissement important des personnes qui occupent les EPN, notamment en perdant une partie de leurs publics habituels et en voyant arriver de nouveaux.

Publics cibles

- **Large éventail de publics** qui sont touchés à travers plusieurs EPN: enfants, adolescents, adultes, seniors, chercheurs d'emploi, SDF, personnes isolées
- **Conditions d'accueil** pour certains EPN (âge, chercheurs d'emploi)

Publics que les EPN risquent de perdre

- **Habituels:** la crise sanitaire a fortement isolé des personnes déjà très précarisées (séniors, chercheurs d'emploi, femmes seules)
- **Grands ados et étudiants:** public très volatile et difficile à capter

Publics que les EPN ne s'attendaient pas à toucher

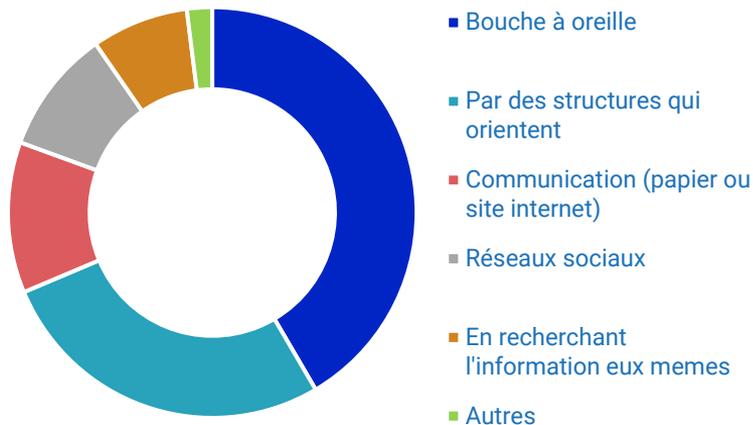
- Personnes ayant besoin d'une aide ponctuelle urgente
- Personnes en alphabétisation
- Personnes n'ayant qu'un smartphone
- Enfants de secondaire
- Parents

Publics que les EPN n'arrivent pas à toucher

- Handicapés
- Jeunes parents
- Le 'tout-public'

Visibilité de l'EPN : la communication

Comment les publics entendent parler des EPN (d'après les EPN)



Chaque EPN utilise **plusieurs canaux de communication** pour informer les publics et les structures qui orientent de leur offre de service : mail, réseaux sociaux, affichage, flyers...

Toutefois, **les moyens de communication mis en place ne sont pas les canaux d'acquisition les plus efficaces**. En effet, les publics restent le plus souvent informés de l'offre des EPN soit par le bouche à oreilles soit par recommandation par des structures qui orientent.

Pour attirer un plus large public, les EPN doivent **communiquer plus largement auprès des publics**.

L'accessibilité de l'EPN

4 critères d'accessibilité majeurs ont été discutés avec les EPN :

Accès à l'EPN



La plupart des EPN sont facilement accessibles en transports. Cependant, certaines dimensions peuvent être améliorées : permettre une **meilleure signalisation** dans la rue à **proximité et à l'entrée** pour être bien identifié des publics ou encore **les accès PMR**. Beaucoup de publics passent devant l'EPN sans jamais l'avoir remarqué.

Horaires



Les horaires d'ouverture fluctuent beaucoup d'un EPN à un autre et ont été complètement chamboulés par le COVID. La plupart du temps les EPN sont **ouverts en journée** (de 10h à 18h) et **la semaine** (du lundi au vendredi). Cela peut être **compliqué pour les publics** qui travaillent de se rendre **à un atelier sur ces plages horaires**.

Tarifification



La **gratuité des services** et des ateliers n'est **pas garantie** dans tous les EPN. De plus, certains EPN ont des **conditions d'éligibilité ou d'accès différents**. Il serait opportun de **clarifier ces points** pour les publics pour les rassurer sur l'aspect financier.

Langue d'accueil



Pour de nombreuses personnes en situation de précarité numérique, la langue est une barrière supplémentaire. Les équipes des EPN ne sont pas toujours **en capacité d'aider** ou d'accompagner les publics allophones car les médiateurs ne parlent pas leur langue ou ne sont **pas outillés ou formés** spécifiquement pour accompagner ces publics.

Offre de services des EPN

L'offre de services des EPN de Bruxelles est **très variée**, et **dépend des moyens à disposition** des EPN (personnel et matériel). Généralement, il s'agit de la **mise à disposition d'un parc informatique**, et la tenue d'ateliers hebdomadaires sur des thématiques ciblées (ex: recherche d'emploi)



Principaux atouts

- **Le personnel est le meilleur atout** dont disposent les EPN. Leurs compétences, leur polyvalence, leur sens pédagogique et leur capacité d'accueil pour des personnes en précarité sont de **véritables qualités** sur lesquels les publics peuvent compter.
- En plus d'un **parc informatique performant**, le **petit matériel informatique** est fortement apprécié et est une **valeur ajoutée** à l'expérience des utilisateurs (casques, micros, webcams, tablettes).



Principales difficultés évoquées

- Pour **l'accompagnement dans certaines démarches administratives**, les employés des EPN ne sont pas toujours habilités à fournir l'aide requise. Le principal obstacle est le **manque de formation** des employés autour des questions relatives à la **confidentialité** des données privées (personnelles, bancaires, médicales, ...) et la **possibilité de manipuler les appareils des personnes** (smartphones et tablettes).
- La fréquentation des EPN dépasse dans certains cas l'objectif premier de l'établissement. L'usage des ordinateurs publics **ne respectent pas les cadres légaux** (téléchargements illégaux, sites pornographiques) ou les règlements internes. Les EPN se voient de plus en plus dans **l'obligation d'instaurer des ROI** pour pallier ces problèmes et pour couvrir les employés des EPN.

Dans les coulisses d'un EPN: fonctionnement interne

La gestion interne d'un EPN nécessite de savoir conjuguer plusieurs activités de concert : la gestion du personnel, la mobilisation de financements, l'animation du planning d'activités etc .



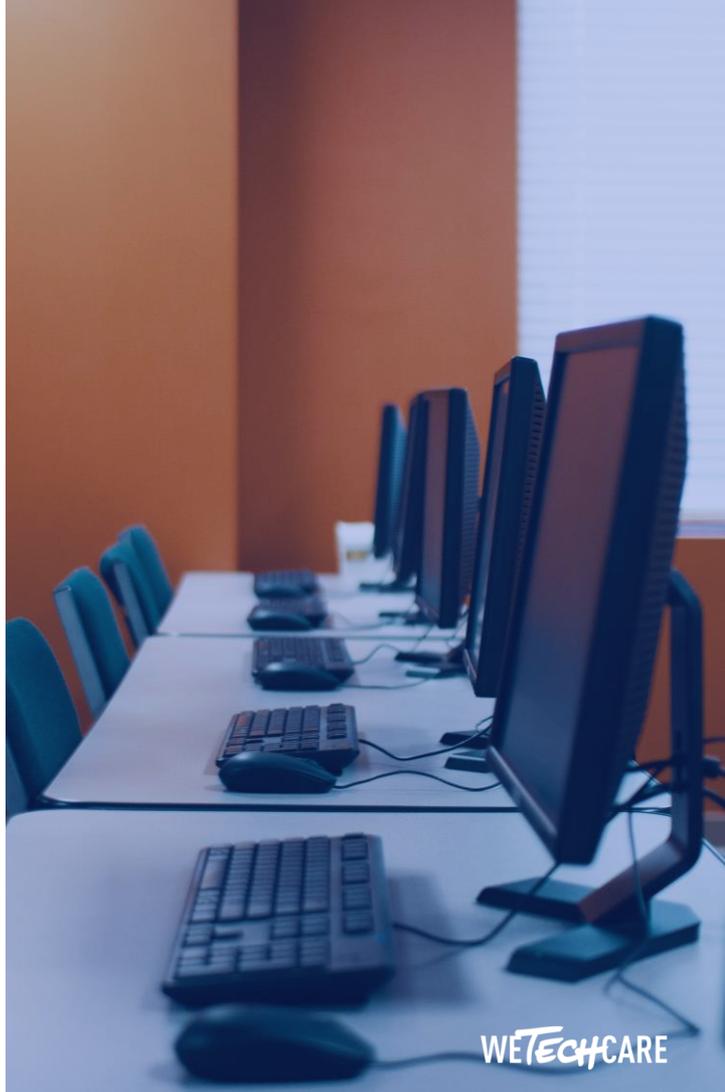
- **Personnel:** la **qualité du personnel engagé** est un réel point fort des EPN. Cependant, les équipes sont parfois en sous-effectifs au regard du volume de publics à accompagner. Le turn-over des animateurs peut également rendre difficile la gestion des activités planifiées.



- **Infrastructure:** le **matériel informatique** est pour la plupart des EPN une réelle plus-value. Avec la crise sanitaire de nouveaux usages du parc informatique sont demandés par les publics comme la possibilité de faire des appels en visio pour des entretiens par exemple. De plus, moins de postes sont disponibles pour respecter les distanciations sociales.



- **Ecosystème:** les EPN ont une **fine connaissance de leurs publics et de leurs parcours**. La majorité des publics se disent satisfaits de leurs accompagnement. Il faut le faire plus largement connaître et s'insérer dans l'écosystème de partenaires pour renforcer leur visibilité.



Atelier avec les EPN de Bruxelles: synthèse

L'atelier avec une dizaine de représentants d'EPN Bruxellois différents a permis de mettre en lumière les forces et les faiblesses des EPN en termes de capacité d'accompagnement, de visibilité de l'offre et de gestion interne.

ACCOMPAGNEMENT DES PUBLICS & CRISE SANITAIRE

- Il existe un large panel d'offre proposée permettant de répondre aux besoins d'un large public (formation, assistance, coup de pouce, ateliers ludiques...)
- La crise sanitaire a fait émerger des besoins chez de nouveaux publics (aide ponctuelle urgente, parents d'élèves, sans équipements...)
- En même temps, les moyens pour répondre à cette forte demande ont été mis sous tension

VISIBILITE

- La majorité des publics connaissent les EPN par le bouche à oreille ou par l'orientation d'une structure tierce.
- Pour toucher un plus large public, et faire connaître leur offre, les EPN doivent développer une stratégie de communication plus structurée et à impact. Cela passe par notamment par une meilleure adaptation des canaux utilisés par rapport aux publics et à une insertion dans l'écosystème de partenaires.

GESTION INTERNE

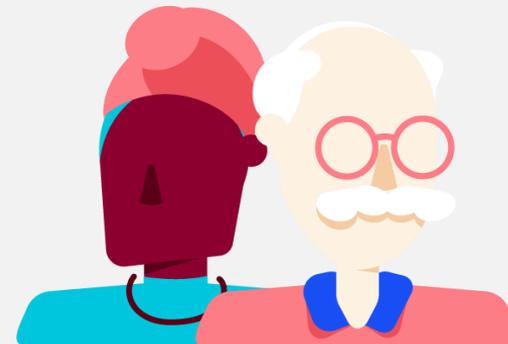
- Le personnel formé et la mise à disposition d'équipements performants permet d'apporter aux publics un accompagnement de qualité. Des éléments comme la gestion de données confidentielles peuvent être renforcés pour assurer un cadre serein d'accompagnement.
- Pour renforcer l'attractivité des offres, l'adaptation de l'offre et de l'accès aux publics est primordiale (clarification des tarifs, faciliter la mobilité, horaires d'ouverture plus flexibles, prise en compte des publics allophones et des nouveaux usages...)

2 – Les structures qui orientent les publics

Entretiens avec les structures orienteuses à Bruxelles

La méthodologie comprenait un **cycle d'entretiens** avec des acteurs orienteurs sur la ville de Bruxelles. L'objectif était d'approfondir avec eux :

- Leur **positionnement vis-à-vis de l'inclusion numérique** et la complémentarité de leurs services avec ceux des EPN
- Les **freins et les besoins** de leurs publics
- Leurs **pratiques d'orientation** des publics éloignés du numérique



5 acteurs interrogés



- 2 **administrations communales** : Anderlecht et Molenbeek-Saint-Jean
- 1 **opérateur du domaine de l'emploi** : Actiris
- 1 **opérateur de l'action sociale** : CPAS de Saint-Josse-ten-Noode
- 1 **association de proximité** : Entre'Aide des Marolles

Un entretien avec le CPAS de Jette n'a pas pu être réalisé car ils étaient disponible qu'à partir du 7 juin

Sélectionnés car ...



- Ils sont des **guichets bien identifiés** des publics sur le territoire et représentent un **volume important** de publics susceptibles d'être orientés vers les EPN
- Ils représentent **une pluralité de typologie** d'acteurs permettant d'avoir une meilleure vision du positionnement de chacun dans l'écosystème bruxellois
- Ils sont **localisés dans différents quartiers** de Bruxelles pour couvrir une zone géographique la plus large possible

Positionnement et rôle des orienteurs vis-à-vis des publics éloignés du numérique



Les administrations communales (Anderlecht et Molenbeek)

Constatant une forte hausse des demandes sur le numérique de la part des publics, **plusieurs types d'actions et dispositifs ont été mis en place** :

- **Des actions pour « aller-vers » et sensibiliser les publics**: Molenbeek a animé un **stand sur les marchés** pour aider les publics dans leurs démarches (120 personnes ont été touchés)
- **Se rapprocher des publics** : le déploiement **des centres Lisa** (bureaux de proximité citoyen) sur Anderlecht pour aider les habitants dans leurs démarches et avoir accès à internet et un ordinateur



Associations (Entr'Aide des Marolles)

Constat d'une demande de plus en plus importante à la suite de laquelle ils ont ouvert un espace pour accéder au numérique et animer des ateliers en 2010. Ils ont été dépassés par la demande et ont décidé de fermer. Actuellement, ils **animent une permanence** où les publics demandent **de l'aide sur des sujets divers** en s'appuyant sur **le lien de confiance** qu'ils ont tissé avec eux.



Opérateur de l'emploi (Actiris)

Des travaux sont engagés sur la **détection de la fragilité numérique** à la suite de la dématérialisation croissante des procédures dans le cadre de la recherche d'emploi. Les conseillers s'assurent que les chercheurs d'emplois savent réaliser des recherches internet. Ils mettent à disposition un espace numérique **et orientent** le cas échéant vers **des acteurs de la formation**.



Centre action sociale (CPAS)

Ils mettent à disposition des « **Table emploi** » espaces numériques dans lesquels les publics peuvent **accéder à internet**, et proposent des **aides à l'équipement** pour ceux qui en ont besoin. Ils orientent les publics éloignés vers des partenaires de proximité.

Les besoins et freins des publics accueillis

L'accès à un équipement et une connexion internet

- La plupart des acteurs interrogés pointent une **problématique d'équipement** des publics éloignés du numérique. Cela s'est particulièrement renforcé lors de la crise du **COVID 19 au moment où le recours au numérique a été plus important** du fait de la fermeture des écoles, des guichets, des associations etc.
- Les publics **disposent généralement de smartphones mais pas d'ordinateur** portable, ce qui rend les démarches compliquées (ex: les recherches d'emploi, la rédaction d'un CV, d'une lettre de motivation, faire les devoirs ...)

*Il existe un véritable enjeu à proposer aux publics **des alternatives pour se connecter à internet et avoir accès à un équipement à proximité**, ou de les informer sur les structures proposant **du matériel ou une connexion à bas coût**.*

Motivations vis-à-vis du numérique

- La motivation concernant l'apprentissage du numérique est très variable d'un public à l'autre. Certains seront très demandeurs de formations vers lesquelles se diriger pour monter en compétences, lorsque d'autres préfèrent rester dans une posture d'assistance vis-à-vis d'un tiers et ont peur de se lancer. De manière générale, les orienteurs ont besoin de sensibiliser les publics à l'intérêt d'être autonomes sur le numérique pour leur montrer les opportunités.

*Pour aider les publics à se lancer sur le numérique, il faut pouvoir leur **proposer un parcours et des thématiques d'ateliers correspondant à leurs besoins**, et selon **un format** qui les mettent à l'aise (accompagnement individuel vs collectif)*

Les publics allophones et/ou illettrés

- Les orienteurs ont fait part de leur difficulté à aider les publics illettrés ou allophones. Certains publics en fragilité financière et sociale **ne maîtrisent ni le français ni le néerlandais**, et d'autres ne savent pas lire ni écrire. Ces publics qui cumulent les difficultés sont très peu autonomes dans leurs démarches et usages sur le numériques.

*Les structures souhaitent pouvoir orienter ces publics vers des structures disposant **de médiateurs culturels**, cumulant à la fois des compétences linguistiques et numériques*

Un déficit de visibilité et de lisibilité de l'offre des EPN auprès des orienteurs...



Les structures interrogées **ne connaissent pas les EPN et n'ont pas tissé de partenariats particuliers** avec eux. Cela s'explique par différentes difficultés rencontrées:

- Ils ne **connaissent pas l'offre de formation** et les services proposés par les EPN et leurs conditions d'accès pour pouvoir en informer les publics et les orienter vers eux lorsque cela est nécessaire. Certains ateliers des EPN sont payants, ou demandent une adhésion en présentant une pièce d'identité : autant de freins à l'accès dont ils doivent avoir connaissance pour bien orienter leurs publics. Certains ont reçu des flyers, mais qui sont insuffisants pour réellement cerner l'offre disponible et communiquer dessus.
- Ils **ne savent pas comment se renseigner et trouver l'information actualisée** sur l'offre d'ateliers ou de formation proposées par les EPN. Certains notent un **fort turn-over des interlocuteurs** qui ne favorisent pas l'interconnaissance entre les structures et l'établissement d'un lien de confiance entre eux. A titre d'exemple, Actiris utilise le catalogue Dorifor.be qui rescence les formations et ateliers et peut directement inscrire des publics.
- Ils orientent le plus plus souvent **les publics vers des associations de proximité (ex: Solidarité Savoirs, école de devoirs, ...)** qu'ils connaissent bien, ou vers des **opérateurs en fonction des besoins exprimés par la personne (ex: CPAS, Missions Locales, ...)**. Cela s'explique également par le fait que les publics en fragilité numérique, sont souvent également en difficulté financière et sociale.

... Mais un **fort intérêt** pour leur offre de service !



Pendant, toutes les structures interrogées sont **très intéressées** par l'offre proposée et à **intégrer l'écosystème des EPN** dans leurs pratiques d'orientation.

- En effet, la plupart d'entre elles essaient de faire face à la demande grandissante de publics sur le numérique; en particulier depuis la crise sanitaire, en prenant sur leur temps et en se formant « sur le tas ». Cela reste un « pis-aller » en attendant de pouvoir proposer aux publics un accompagnement **adapté à leurs besoins et sur un plus long terme.**
- L'orientation vers **des acteurs qualifiés** permettrait aux publics de monter en compétences et **gagner en autonomie** sur le numérique est très précieux, et désengorgerait les accueils.

Toutes les structures interrogées sont intéressées **pour tisser des partenariats avec des EPN de proximité** pour proposer aux publics un accompagnement structuré sur le numérique.



100 % des structures interrogées sont désireuses de tisser davantage de liens avec les EPN

3 – Publics et personae

Le micro trottoir

Le micro-trottoir avait pour objectif d'aller à la rencontre des publics susceptibles d'être intéressés par l'offre proposée par les EPN.

Il a permis de mieux comprendre les freins et les besoins des publics concernant le numérique, ainsi que d'évaluer leur connaissance et intérêt pour les services des EPN.

Micro-trottoir

Le micro-trottoir s'est déroulé sur une journée sur **deux lieux principaux**. Ceux-ci été choisis pour leur proximité avec un EPN et pour leur potentiel de passage pédestre, la Place H. Vanhuffel étant la place communale de Koekelberg, et la place Anneessens un lieu de forte fréquentation au centre de Bruxelles.

Au total **62 personnes** ont répondu à un court questionnaire dont nous vous présentons en détails les résultats ci-après.

Carte des lieux de sondage



 Place Henri Vanhuffel
Proximité: EPN KoekelTech

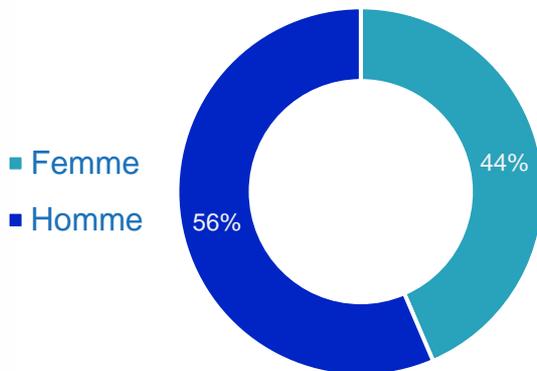
 Centre de Bruxelles

 Place Anneessens
Proximité: EPN BRAVVO

Profils des répondants – Sexe et tranche d'âge

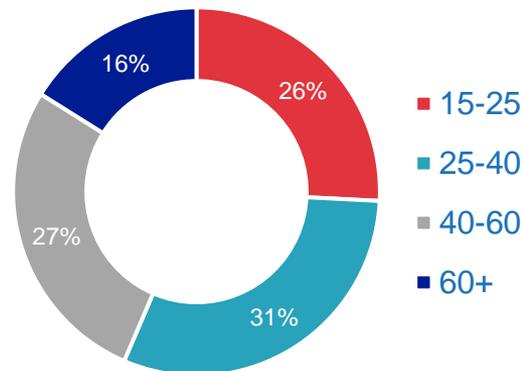
Sexe

| | |
|--------|----|
| Femmes | 27 |
| Hommes | 35 |



Age

| | |
|-----------|----|
| 15–25 ans | 16 |
| 25–40 ans | 19 |
| 40–60 ans | 17 |
| 60+ ans | 10 |



Sur le total, le nombre de **répondants masculins** est relativement plus important car c'est une population plus représentée dans la rue.

Concernant les tranches d'âge des répondants, elles sont plutôt égales, avec un **focus particulier sur les actifs**: les 25-40 ans et 40-60ans.

Profil des répondants – Lieu de résidence

Koekelberg

Place Henri Vanhuffel (place communale)

| | |
|------------------------------|-----|
| 1020 - Laeken | 3% |
| 1070 - Anderlecht | 3% |
| 1080 - Molenbeek-Saint-Jean | 10% |
| 1081 - Koekelberg | 43% |
| 1082 - Berchem-Sainte-Agathe | 7% |
| 1083 - Ganshoren | 3% |
| 1090 - Jette | 3% |
| 1210 - Saint-Josse-ten-Noode | 3% |
| 1731 - Relegem-Zellik | 3% |
| Inconnu – non précisé | 20% |

Grande majorité de Bruxellois (Région Bruxelles Capitale), avec une beaucoup plus grande variété de communes, principalement du nord de Bruxelles.

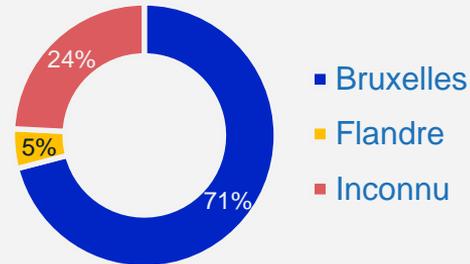
Bruxelles

Place Anneessens

| | |
|------------------------------|-----|
| 1000 - Bruxelles | 53% |
| 1030 - Schaerbeek | 6% |
| 1082 - Berchem-Sainte-Agathe | 3% |
| 1190 - Forest | 3% |
| 2800 - Malines | 6% |
| Inconnu – non précisé | 28% |

Grande majorité de Bruxellois (Bruxelles-Ville)

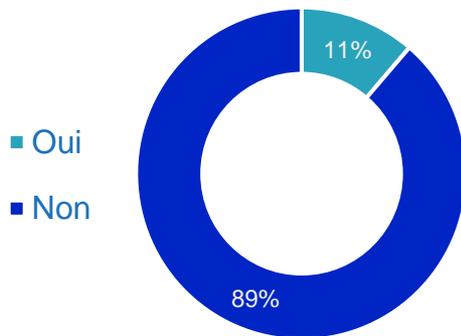
Synthèse des lieux de résidence des répondants



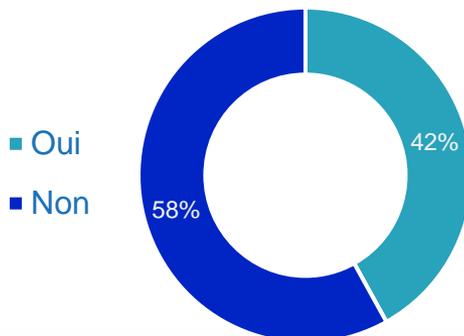
Plus de deux tiers des répondants sont Bruxellois (71%), et près d'un quart (24%) n'ont pas précisé leur code postal. Seulement 3 personnes (5%) ont précisé être flamandes.

Niveau de connaissance générale des EPN

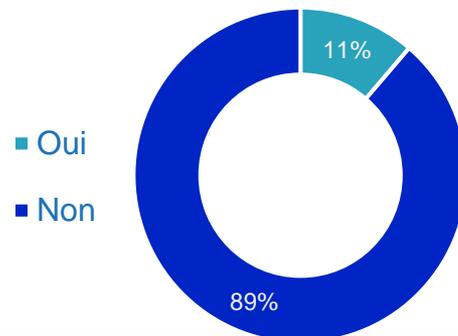
Savez-vous ce qu'est un EPN ?



Connaissez-vous un de ces EPN ? (parmi douzaine de propositions)



Avez-vous déjà fréquenté un EPN ?



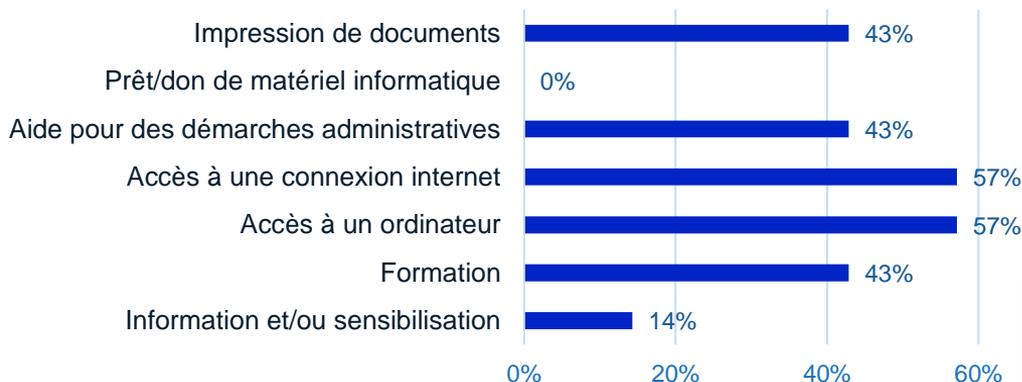
- La majorité des répondants **ne connaît pas le concept** d'un Espace Public Numérique (EPN). Seulement en expliquant ce qu'est un EPN, certains affirment connaître.
- En présentant une liste de noms d'EPN à Bruxelles, un peu **moins de la moitié des personnes reconnaît le nom d'un ou plusieurs EPN**.
- Quand la question est posée si le répondant a déjà fréquenté un EPN, seuls 7 répondants répondent par l'affirmative, dont seulement 2 avaient répondu qu'ils connaissaient le concept d'EPN.

Le concept d'EPN est inconnu du grand public. La plupart répond par « Ah, c'est une sorte de cybercafé ? »

Publics ayant fréquenté EPN (7 réponses)

Les répondants ont majoritairement fréquenté un EPN pour l'équipement mis à disposition (ordinateur, connexion ou imprimante)

Pour quelle raison avez-vous fréquenté l'EPN ?



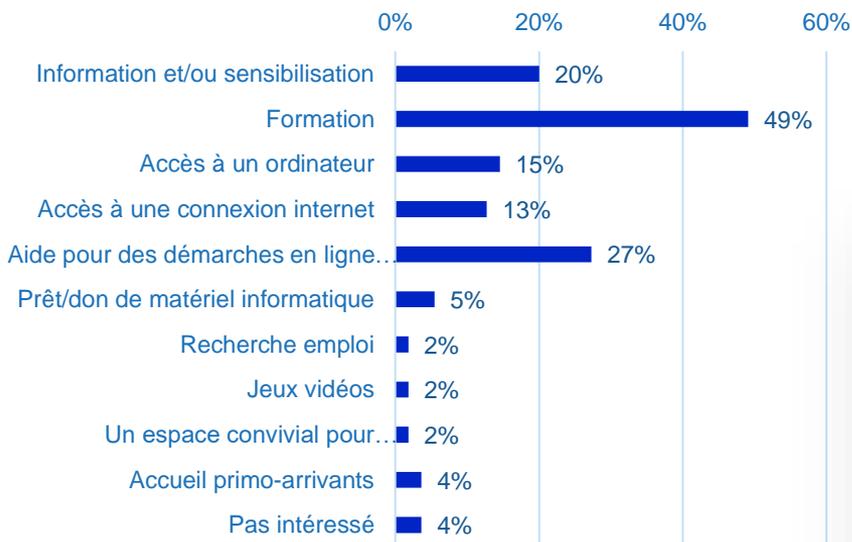
Comment avez-vous entendu parler de l'EPN ?



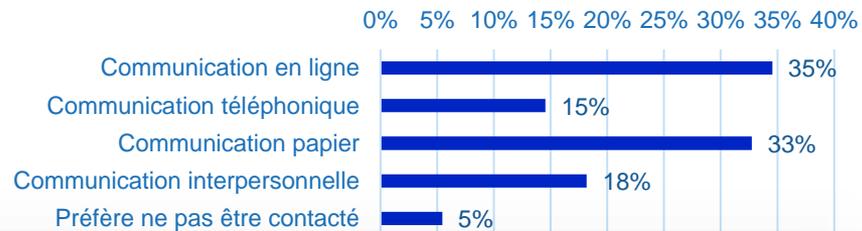
Les répondants connaissent les EPN majoritairement par **le bouche à oreille**. Très peu de canaux de communication (RS, papier, site internet, orientation..) n'est parvenu jusqu'au public.

Publics n'ayant jamais fréquenté un EPN (55 réponses)

Qu'est ce qui vous intéresserait le plus dans l'offre des EPN ?

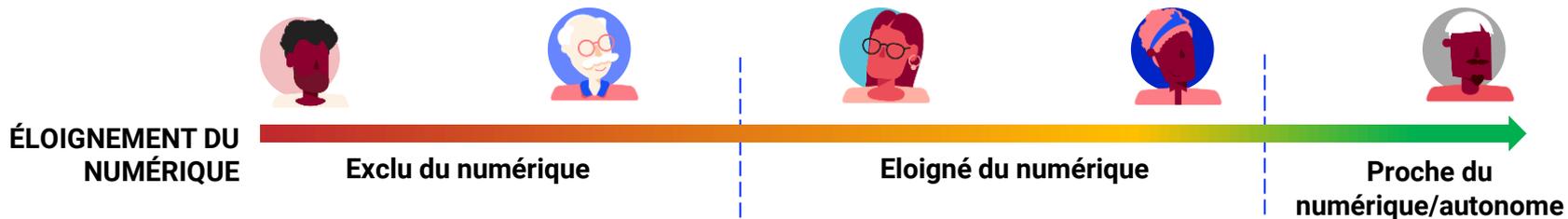


Comment aimeriez-vous être tenus au courant de ce que proposent les EPN ?

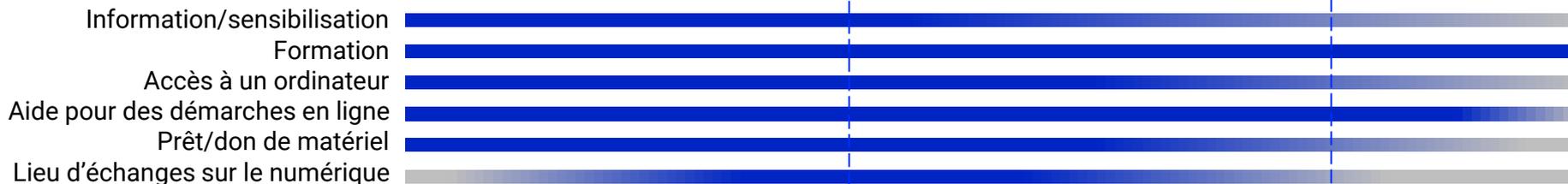


- Une partie des répondants ayant déjà des usages du numérique **souhaite être contacté en ligne** (mails, réseaux sociaux, sites web des EPN). Une autre partie ayant moins d'usages **préfère la communication papier** (flyers, affiche.) ou téléphonique pour être mis au courant des actualités et de l'offre des EPN. Cela montre que les EPN doivent utiliser différents canaux pour s'adapter aux besoins des publics.
- Toutefois, les **relations interpersonnelles** ne sont pas à négliger car 18% préfèrent passer via des relations (bouche à oreilles, assistant social, porte à porte, établissements scolaires et organisations de loisirs). **Cela peut s'expliquer par un lien de confiance déjà établi.**

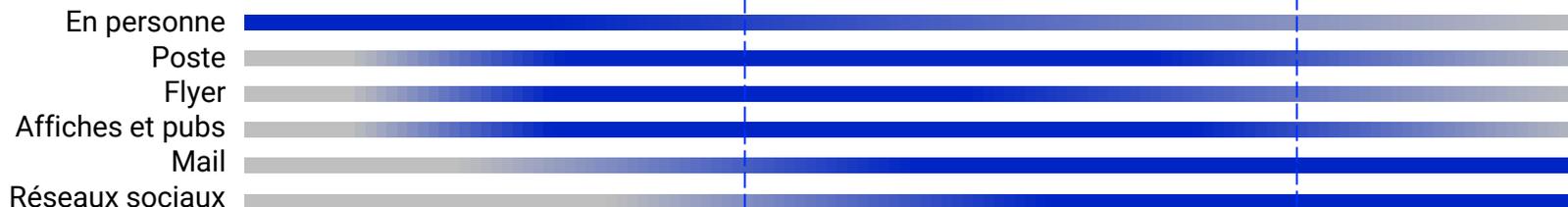
N'ayant jamais fréquenté un EPN (55 réponses)



Quelle offre de services plairait à quel persona ?



Comment chaque persona aimerait être tenu au courant



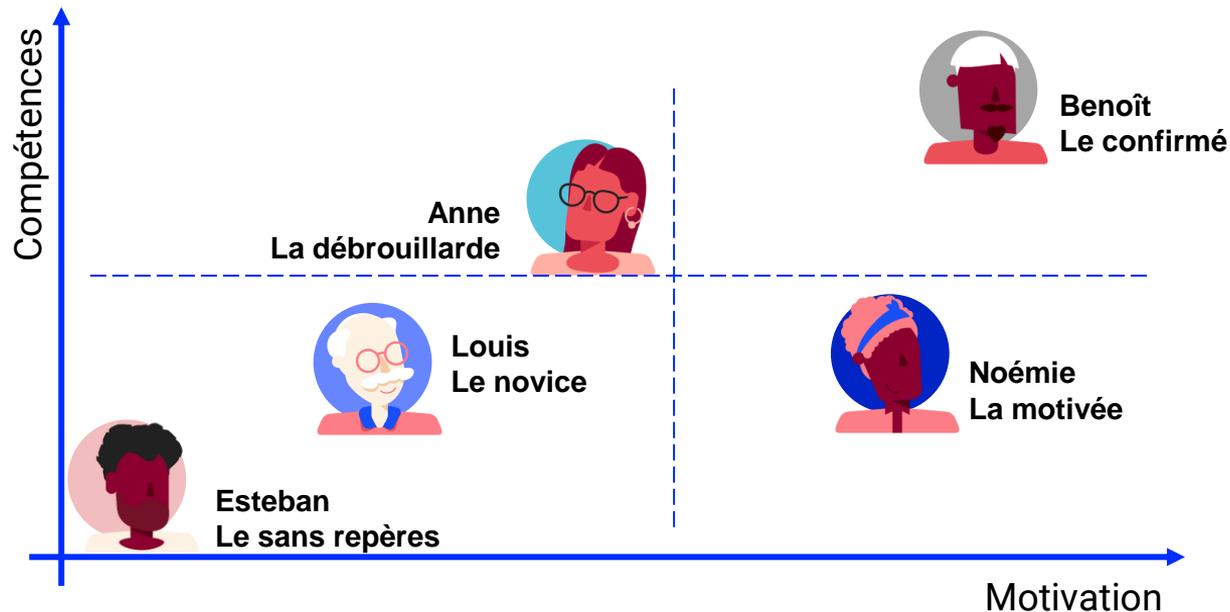
Cinq profils de personae ont été réalisés à partir des profils des 62 personnes rencontrées dans le cadre du micro-trottoir :

- **Louis « le novice »**
- **Noémie « la motivée »**
- **Anne « la débrouillarde »**
- **Benoît « le confirmé »**
- **Esteban « le sans repères »**

Les personae

Matrice des personae

- Les quatre personae les plus compétents, Louis, Noémie, Anne et Benoît, sont basés sur les **62 personnes ayant répondu au sondage** pendant le micro-trottoir.
- **Le profil 'Esteban' a été rencontré plusieurs fois**, mais n'a pas pu répondre aux questions à cause de différents freins, principalement liés à la capacité de lire (quand les questions ou certains mots-clés étaient montrés à l'écran) ou à comprendre une des langues du pays.



Aperçu des personae



Esteban,
Le « sans repères »

Public n'étant pas en mesure d'utiliser le numérique à cause de différents freins, dont l'alphabétisme, la maîtrise d'une des langues du pays, l'autonomie dans ses démarches en ligne, etc.



Orientation, assistance et diverses formations (langue et numérique)



Louis,
Le « novice »

Public possédant peu de compétences numériques et utilisant rarement Internet (sait naviguer sur Internet mais n'utilise pas le mail ou l'administration en ligne)



Assistance ou formation aux compétences numériques



Anne,
La « débrouillarde »

Public utilisant régulièrement Internet, mais en manque d'autonomie sur des sujets ponctuels (sait naviguer sur Internet seul et utilise régulièrement son adresse e-mail)



Service « coup de pouce »



Noémie,
La « motivée »

Public utilisant régulièrement Internet, mais en manque d'autonomie sur des sujets ponctuels (sait naviguer sur Internet seul et utilise régulièrement son adresse e-mail)



Formation aux compétences numériques



Benoît,
Le « confirmé »

Public maîtrisant les compétences numériques nécessaires pour être totalement autonome en ligne (utilise déjà les sites de l'administration en ligne tout seul)



Formation à des compétences numériques poussées

Personae 1 – Le “sans repères”



ESTEBAN

57 ans
Au chômage

Esteban vit dans une situation précaire, où il dépend beaucoup des autres pour s'en sortir à Bruxelles. Il n'est pas en mesure de faire ses démarches administratives en ligne, ni même en personne car il ne maîtrise pas toujours la langue ou la lecture. Il fait régulièrement appel à des tiers (ses enfants, assistants sociaux..) pour l'aider à faire ses démarches à sa place.

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Aucune compétence, aucune tentative d'acquisition/usage

Connaissances

Connaissances sommaires, se repère à l'aide des icônes

Intérêt

Aucun intérêt, car trop d'obstacles à surmonter

Équipements



Usage limité d'un smartphone

Principaux usages en ligne



Esteban a comme seul usage des applications de messagerie en ligne, pour envoyer et recevoir des messages vocaux ou des appels vidéo.

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Esteban a besoin de pouvoir communiquer avec ses proches et pouvoir suivre ses dossiers administratifs.

Freins éventuels



Les principaux obstacles sont liés à sa capacité de lire et écrire, comprendre la langue, et maîtriser un budget pour s'équiper et financer un abonnement.

Personae 1 – Le “sans repères”



OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Esteban a besoin d'une **assistance élevée** pour ses démarches et d'un parcours 360°, qui lui permettra de **sortir de l'isolement** et devenir autonome.

Niveau d'urgence

FORT: il faut éviter le non-recours aux démarches administratives et l'isolement



S'appuyer sur : acteurs publics de proximité (CPAS, associations) et des acteurs agissant contre l'illétrisme.

Solutions complémentaires



Assurer un accès à une infrastructure et aux formations de base.

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

1

Porte d'entrée

Esteban est sensibilisé par une association locale qui l'informe sur les possibilités du numérique.

2

Prise de décision

Incité par son référent associatif, Esteban est d'accord de s'inscrire à une formation.

3

Mise en action

Le référent prend contact avec les différentes structures pour s'assurer de la qualité, puis l'inscrit.

4

Suivi dans la durée

Esteban et son référent restent en contact pour suivre son parcours.

Facteurs clés de succès

L'association locale connaît le tissu social du quartier et crée une relation personnelle en s'adressant de personne à personne à Esteban.

Esteban peut faire confiance à la bienveillance de l'association et comprend l'intérêt des formations.

Le parcours de formation est détaillé sur mesure en tenant compte des besoins prioritaires et des facteurs de motivation d'Esteban.

La proximité entre Esteban et l'association permettent de s'assurer du bon déroulement de l'accompagnement.

Personae 2 – Le “novice”



LOUIS
76 ans
Retraité

Louis est retraité depuis quelques années et voit son entourage utiliser une multitude d'appareils connectés. Depuis que sa téléphonie fixe et sa télédistribution sont couplées à un accès à internet, il a essayé de faire le pas vers le numérique mais il s'est senti dépassé. Comme il a tout ce dont il a besoin, pourquoi se rendre la vie difficile avec le numérique?

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Aucune compétence, aucune tentative d'acquisition/usage

Connaissances

Connaissances sommaires, se repère à l'aide des icônes

Intérêt

Louis ne s'intéresse pas au numérique "pour les jeunes"

Équipements



Louis n'utilise que le téléphone fixe et un GSM sans internet

Principaux usages en ligne



Louis n'a aucun usage du numérique

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Louis a besoin du numérique pour certaines démarches administratives 100% dématérialisées (ex. impôts, logement..)

Freins éventuels



Il manque d'intérêt pour le numérique essentiellement parce qu'il n'a pas connaissance des opportunités que pourrait lui offrir le numérique. Il a également le sentiment que ce n'est pas pour lui.

Personae 2 – Le “novice”



OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Evaluer les besoins principaux de Louis et lui proposer une aide pour l'équipement, ainsi qu'une offre de permanence/ateliers sur les démarches en ligne.

Niveau d'urgence

FORT: il faut éviter le non-recours aux démarches administratives pour Louis



S'appuyer sur: collectivité / association de solidarité

Solutions complémentaires



Permanences par une association pour répondre à des questions ponctuelles, Ateliers thématiques (réseaux sociaux....)

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

1

Porte d'entrée

Louis se rend à son administration communale pour réaliser une démarche en ligne et se voit proposer de participer à une séance d'information sur le sujet

2

Prise de décision

Louis participe à la séance. Il est ensuite invité à s'inscrire à des cours introductifs sur le numérique

3

Mise en action

Louis participe aux premiers cours. Il découvre un tas de fonctionnalités et fait ses premiers pas dans le numérique.

4

Suivi dans la durée

Louis est plus confiant pour utiliser le numérique. Il se rend régulièrement à des permanences pour approfondir ses usages

Facteurs clés de succès

- Communication directe depuis une institution de confiance et de proximité que Louis reconnaît
- Moments d'échange prévus après la séance d'information pour une approche plus personnelle
- Prise de rendez-vous pour encourager Louis à faire le premier pas
- animateurs disposant d'excellentes compétences pédagogiques
- Approche progressive et rassurante
- Lieu accueillant et convivial
- Matériel et outils de formation adaptés à son niveau

Personae 3 – La “débrouillarde”



ANNE
49 ans
Comptable

Anne a deux enfants, elle est socialement très active et a un emploi à temps plein. Elle utilise quotidiennement les réseaux sociaux et utilise confortablement son ordinateur au travail. Quand elle ne s'en sort pas, elle fait appel à ses enfants qui résolvent les problèmes en deux clics.

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Anne est à l'aise, elle maîtrise sa boîte mail, internet, le traitement de texte et des feuilles de calcul

Connaissances

Elle connaît quelques sites utiles et les applications standard (internet et bureautique)

Intérêt

Son intérêt est limité. Le numérique change trop vite et il lui faut trop de temps pour s'adapter

Équipements



Anne utilise plusieurs appareils connectés, mais reconnaît ne pas exploiter toutes les fonctionnalités

Principaux usages en ligne



Anne utilise principalement le mail dans le cadre de son travail, et les réseaux sociaux pour rester en contact avec des amis. Elle consulte parfois les nouvelles en ligne, même si elle préfère la version papier

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Anne aimerait pouvoir faire plus de choses à l'ordinateur, comme des achats en ligne et organiser ses photos.

Freins éventuels



Ce qui la ralentit le plus, sont le manque de temps et son manque d'intérêt pour faire le pas pour être totalement autonome

Personae 3 – La “débrouillarde”



OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Permettre à Anne de se perfectionner dans ses usages numériques via des ateliers thématiques (ex. traitement de texte...)

Niveau d'urgence

MOYEN: Anne n'est pas exclue du numérique mais il ne faut pas qu'elle soit dépassée



S'appuyer sur : des associations proposant des ateliers thématiques

Solutions complémentaires



Organiser des débats sur le numérique

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

1

Porte d'entrée

Une amie d'Anne est active dans une association et lui propose de s'inscrire à des ateliers portés par un tiers

2

Prise de décision

Anne se rend à la réunion d'information : en échangeant avec ses pairs, elle est convaincue de la pertinence des thèmes proposés, et de l'ambition qui semble adaptée !

3

Mise en action

Anne suit un cycle d'ateliers en informatique pour mieux comprendre le potentiel du numérique et pour perfectionner ses acquis

4

Suivi dans la durée

Anne, qui s'entend très bien avec les autres participants de l'atelier, propose d'organiser un débat sur le numérique, entre les participants

Facteurs clés de succès

- Prendre le temps de convaincre Anne !
- Recommandation (au-delà du bouche-à-oreille): ici, par une association qui intègre le numérique au parcours d'Anne
- Flyer et invitation à un temps de présentation avant tout engagement
- Offre d'ateliers thématiques correspondant aux besoins d'Anne: elle n'est pas seule dans le cas et il existe des ateliers sur mesure
- animateurs disposant d'excellentes compétences pédagogiques
- Cas pratiques et exercices à faire chez soi
- Ouverture: possibilité pour Anne de s'investir et de valoriser ses compétences
- Créer un lien social fort

Personae 4 – La “motivée”



NOÉMIE

21 ans
Étudiante

Noémie est étudiante en hôtellerie et passe beaucoup de temps sur son téléphone, principalement pour rester connectée avec ses amis. Elle est très présente sur les réseaux sociaux, mais ne maîtrise pas les outils de bureautique. Noémie aimerait pouvoir être autonome dans ses démarches administratives en ligne.

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Noémie est à l'aise avec le smartphone, pas tant avec l'ordinateur

Connaissances

Elle a des connaissances de base pour se débrouiller, trop limitées pour être autonome

Intérêt

Très grand intérêt, y voit un potentiel personnel et professionnel

Équipements



Elle possède un smartphone et un ordinateur, mais reconnaît ne pas exploiter toutes les fonctionnalités

Principaux usages en ligne



Noémie utilise son équipement principalement pour communiquer, se divertir (applications de jeux et réseaux sociaux sur smartphone) et faire de simples recherches en ligne

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Noémie aimerait pouvoir faire plus en ligne, comme des achats sécurisés, des démarches administratives, ainsi que gérer le site web de son hôtel

Freins éventuels



Elle n'a pas le temps après les cours de suivre des cours liés au numérique, ni les moyens de se payer des cours ou de se procurer du matériel adéquat

Personae 4 – La “motivée”



OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Permettre à Noémie de se perfectionner dans ses usages numériques (ex. bureautique) via des ateliers thématiques

Niveau d'urgence

MOYEN: Noémie n'est pas tout à fait exclue du numérique mais son manque de compétences peut la bloquer dans son parcours professionnel



S'appuyer sur : écoles, mission locale, Actiris

Solutions complémentaires



Assurer un accès à une infrastructure à prix réduit

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

1

Porte d'entrée

Noémie entend parler par ses amis d'une association qui propose des ateliers numériques thématiques

2

Prise de décision

Une amie de Noémie décide de s'inscrire, ce qui convainc Noémie de se lancer : à deux, elle sera moins timide pour y aller !

3

Mise en action

Noémie suit des ateliers 1 fois par semaine sur la bureautique (elle maîtrise enfin Word !), les photos... Elle en profite pour réviser ses bases, et gagne en aisance.

4

Suivi dans la durée

De plus en plus à l'aise sur l'ordinateur, elle commence à chercher par elle-même certaines choses. Elle échange régulièrement avec son amie sur ses nouvelles compétences.

Facteurs clés de succès

- Sollicitation personnelle de Noémie (ex. par un ami, dans un commerce, ...) pour l'inviter à faire le pas et s'inscrire à un atelier
- Facteur(s) rassurant, facilitant l'engagement : participants ami(e)s, lieu d'accompagnement déjà fréquenté, ...
- Personne ne lui promet que le numérique est facile, ça change et rassure sur ses propres difficultés à être réellement à l'aise
- Large offre d'ateliers thématiques et un dispositif favorisant la convivialité (temps d'échange en dehors des séances...) permettant de garder Hélène intéressée
- Perception des progrès réalisés (confiance, Noémie se sent capable d'usages plus autonomes chez elle)

Personae 5 – Le “confirmé”



BENOÎT

32 ans

Chargé de communications

Benoît est à la pointe de la technologie. Il a le dernier smartphone, un ordinateur portable, une tablette et une télévision connectée. Il est au courant des nouveautés grâce à son métier. Ses hobbies incluent la photographie et les jeux vidéos.

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Fortes compétences, maîtrise de la plupart des appareils numériques

Connaissances

Grandes connaissances, autodidacte

Intérêt

Grand intérêt pour le numérique

Équipements



Benoît est hyper connecté, il possède plusieurs appareils connectés.

Principaux usages en ligne



Toutes les activités de Benoît se passent en ligne. Des démarches bancaires, aux achats en ligne, à l'édition de photographie, ou pour le travail, Benoît passe plus de 8 heures par jour sur internet.

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Benoît aimerait approfondir ses compétences en codage informatique, il pourrait également former des personnes moins à l'aise.

Freins éventuels



Le principal frein à son parcours est le manque de temps.

Personae 5 – Le “confirmé”



OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Benoît pourrait suivre des cours avancés, sur mesure ou à la carte pour avoir des usages plus poussés du numérique.

Niveau d'urgence



FAIBLE: il est tout à fait indépendant dans ses usages du numérique



S'appuyer sur : acteurs associatifs et/ou du monde culturel



S'inspirer de : tiers lieu diffusant un savoir numérique

Solutions complémentaires



Proposer à Benoît de devenir un ambassadeur et accompagnant numérique via du bénévolat associatif.

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

1

Porte d'entrée

Benoît apprend via une newsletter associative l'existence d'un tiers-lieu proche de chez lui, qui propose un fablab et des ateliers d'innovation.

2

Prise de décision

Alors qu'il visite le tiers lieu en question, Benoît est convaincu par une équipe de geek (comme lui !) de se lancer dans l'animation d'ateliers : il peut faire plus que se former !

3

Mise en action

Benoît se forme à l'animation d'ateliers numériques, notamment pour des publics peu sensibilisés (vulgariser un discours d'expert)

4

Suivi dans la durée

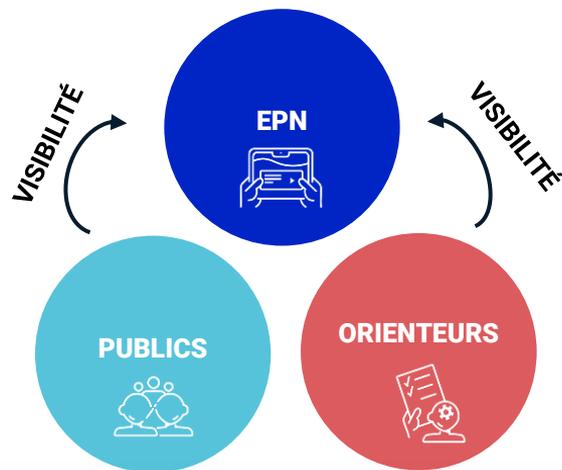
Benoît propose régulièrement de nouveaux thèmes d'ateliers autour des nouvelles technologies, qui le passionnent! Ambassadeur, il recrute de nouveaux bénévoles.

Facteurs clés de succès

- Mise en avant de **fonctionnalités innovantes et technologiques**
- **Bouche-à-oreille positif** (ex. associations) ou communication ciblée (ex. courrier, encart dans la newsletter de la ville, ...)
- **Cadre convivial**, ludique et collectif
- **Compétences numériques avancées** de l'équipe, lui assurant une montée en compétences malgré son aisance
- **Flexibilité du bénévolat**, très adapté à l'emploi du temps de ministre de Jérôme
- **Outils** (kit d'animateur d'ateliers, FAQ...)
- **Organisation déjà fluide**, permettant à Jérôme de ne pas perdre du temps sur la logistique (une activité solitaire)
- **Coaching** (co-animation des 1ers ateliers)
- **Participation** (grâce à une bonne com.) et satisfaction des publics sont les clés qui donneront envie à Jérôme de continuer à s'engager (impact de son action visible)

4 – Recommendations

Principale difficulté : le manque de visibilité



L'offre (les EPN) et la demande (publics et orienteurs) peinent à se rencontrer en raison d'un manque de connaissance et de visibilité de l'écosystème des EPN.

Partant des **observations réalisées** sur le terrain et des échanges effectués avec les trois grands groupes de parties prenantes dans l'écosystème des EPN, force est de constater un **manque de visibilité criant** :

- Les **publics en précarité** numérique sont – et restent – les **premières victimes** d'une société qui se dématérialise de plus en plus vite. Ils ont du mal à identifier et s'adresser à la bonne structure en mesure de les aider en matière d'accompagnement numérique.
- Les **structures qui orientent les publics** sont dans l'**incapacité de convenablement orienter les publics**, et à défaut, **s'occupent elles-mêmes d'un accompagnement numérique**.

Cela est dû à un **manque de connaissance du réseau des EPN**, et de leur offre de services. Ceci est d'autant plus dommageable que **la demande de la part des publics** et des **orienteurs est croissante** ; et que **les EPN sont en capacité d'accompagner** les publics sur des parcours numériques adaptés et de qualité.

Communiquer sur l'offre des EPN

Objectif : faire connaître aux publics et aux structures qui orientent l'offre de service proposée par les EPN



Communiquer auprès des publics

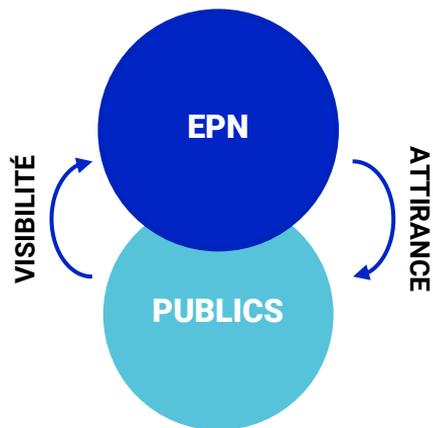
- Mettre en place **une communication large** et structurée permettant à tous les publics de connaître les EPN (affichage visuel dans la ville, signalisation de l'EPN dans l'espace publics, affichage de l'offre actualisé ...)
- **Adapter les canaux de communication** suivant le type de public visé et **calibrer des messages** cibles pour que les publics comprennent la plus-value de l'EPN
- Utiliser les **structures qui orientent** (association, opérateurs...) comme **relais de terrain** ayant déjà établi un lien de confiance avec le public pour véhiculer des messages clés
- **Aller-vers des publics « invisibles » ou difficiles à capter** (ex: personnes isolées, seniors, publics allophones) à l'aide d'animation de rue tels que animer un stand sur un marché, micro trottoir, sensibilisation en associations ... afin de sensibiliser les publics à l'intérêt d'être autonome sur le numérique et leur proposer un parcours d'accompagnement



Communiquer auprès des structures qui orientent

- **Faire connaître** les outils déjà existants permettant de visualiser l'offre comme la cartographie Caban
- **Identifier les structures clés** sur Bruxelles qui orientent des publics en difficulté , et leur **envoyer des une communication** sur l'EPN ciblée adaptée aux types de publics qu'ils reçoivent
- **Organiser des temps de rencontres et d'échanges** entre les EPN et les structures qui orientent pour favoriser l'interconnaissance des acteurs et présenter l'offre de service
- **Décloisonner l'EPN** en proposant des journées portes ouvertes, des journées d'immersion pour permettre aux professionnels de mieux comprendre l'offre et savoir en parler à leurs publics

Attirer les publics vers les EPN



Les publics ne seront attirés par les EPN uniquement s'ils perçoivent la plus-value de l'accompagnement proposée et que celle-ci s'adapte à leurs contraintes

Adapter l'offre de services aux besoins des publics

- Mettre en place une offre d'ateliers et de formation attractive en adéquation avec les besoins des publics (cf slide suivante)

Renforcer l'accessibilité de l'offre proposée

- S'adapter aux contraintes des publics en proposant une offre la plus accessible possible pour les publics en difficulté sur le numérique (en terme de tarifs, d'horaires d'ouverture, conditions d'accès de mobilité)
- Pour les publics allophones ou illettrés, former/faire intervenir des médiateurs culturels

Améliorer la lisibilité de l'offre

- Dans la mesure du possible, harmoniser l'offre de service des EPN pour faciliter leur compréhension par les publics et à des rythmes réguliers
- Mettre en place des ateliers thématiques dont le contenu est bien identifiable et dont les publics comprennent la plus-value (ex: atelier CV)

Zoom : offre de service adaptés aux besoins des publics

Sur la base des personae identifiés, trois types d'offres se démarquent :

- **De l'assistance pour les démarches en ligne (profils Esteban et Louis - priorité 1)**

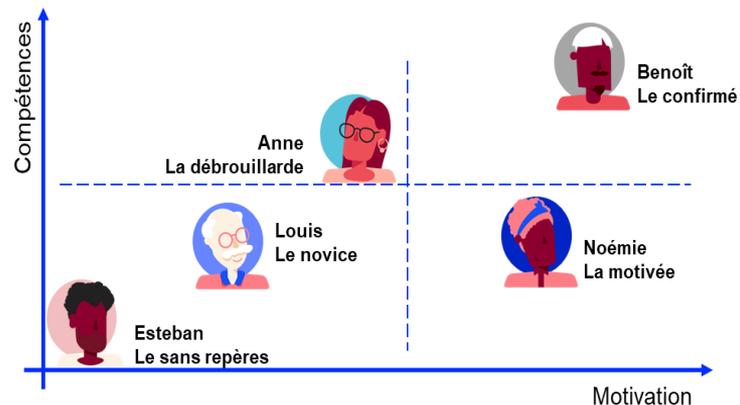
La mise en place de permanences à fréquence régulière permettant aux publics en difficulté de venir solliciter de l'aide sur des démarches en ligne et d'avoir accès à un équipement et une connexion internet. Cela peut représenter une porte d'entrée pour les publics pour les orienter ensuite vers des parcours de formation de plus long terme.

- **De la formation sur des usages cibles (profils Anne et Noémie- priorité 2)**

Organisation de parcours de formation plus ou moins de long terme thématique en fonction des besoins des publics, par exemple : utilisation débutantes des outils informatiques, créer une adresse mail, se connecter à internet ...).

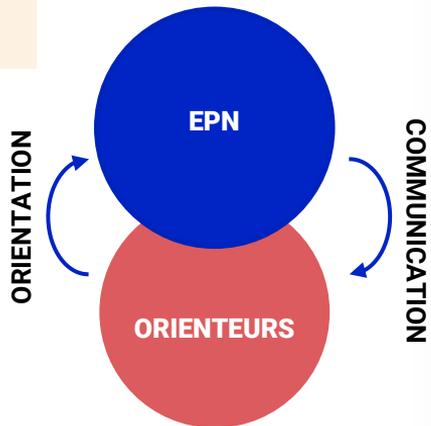
- **Des ateliers sur des usages poussés et technologiques (profil Benoît - priorité 3)**

Offre d'atelier ou de parcours de formation s'adressant aux publics proches du numérique souhaitant se perfectionner sur un usage en particulier par exemple : traitement de données Excel ou SQL, imprimante 3D...



Faciliter l'orientation des publics

Objectif : améliorer la redirection des publics en difficulté sur le numérique vers les EPN



Pour faciliter l'orientation des publics, les structures ont besoin de s'approprier les offres et d'être outillés pour fluidifier les parcours des publics

Sensibiliser les structures à la précarité numérique et savoir la détecter

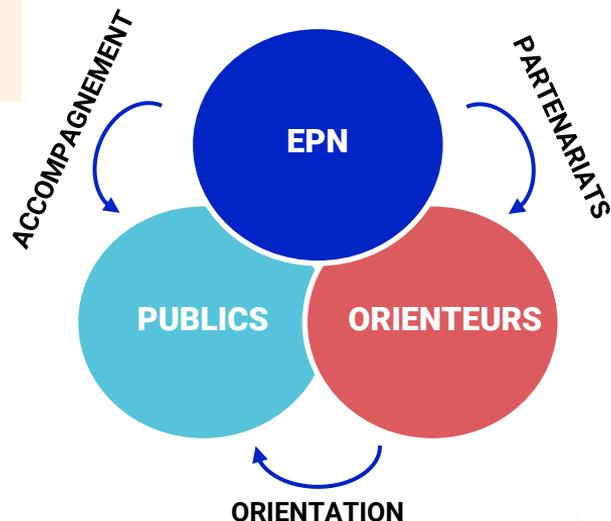
Partager l'expertise des EPN concernant la compréhension des enjeux de la précarité numérique et sa détection avec les structures qui orientent en :

- Acculturant et sensibilisant les structures qui orientent aux enjeux de l'inclusion numérique
- Outillant les structures au diagnostic et à **l'évaluation de la précarité numérique** pour mieux identifier les publics à orienter vers les EPN en fonction de leurs besoins.

Fluidifier les parcours des publics sur le territoire

- **Faciliter l'inscription des publics aux ateliers et formations des EPN** en permettant aux structures de visualiser les sessions à venir et les places disponibles; et inscrire directement la personne concernée (sur le modèle du catalogue Doriphore.eu est une base de données référençant les formations)
- **Mettre en place des partenariats** avec des structures qui orientent pour les aider à rediriger les publics qui ont besoin d'aide ou souhaitent se former sur le numérique
- **Organiser des parcours d'accompagnement des publics, liant les dimensions du secteur social et du secteur de l'inclusion numérique**, les deux étant souvent complémentaires.

Synthèse des recommandations



Quand les trois parties prenantes sont synchronisées, l'accompagnement des publics en précarité numérique est favorisé. **Les EPN ont un rôle clé à jouer dans cet écosystème**

Les EPN de Bruxelles **ont l'opportunité et toute légitimité à jouer un rôle clé** dans l'écosystème pour accompagner les publics en difficulté sur le numérique.

Ils disposent **de l'expertise de leur personnel et des équipements nécessaires** pour mener à bien leur mission.

L'objectif est qu'ils soient perçus par les publics et les structures qui orientent comme des **centres de ressources sur le numérique** pour venir :

- **s'informer sur les possibilités** (tarif social internet, informaticiens publics, s'équiper à bas coût ...),
- **se voir proposer une aide ponctuelle ou de long terme** en fonction de ses besoins, de ses possibilités financières et de ses contraintes horaires.

Synthèse des recommandations

Pour favoriser cette insertion dans l'écosystème et faire se rencontrer l'offre et la demande, 3 dimensions sont à travailler :



Structurer la communication

- ✓ Auprès du grand public
- ✓ Auprès des structures qui orientent



Renforcer l'attractivité de l'offre

- ✓ Adapter l'offre de services aux besoins des publics
- ✓ Renforcer l'accessibilité de l'offre proposée
- ✓ Améliorer la lisibilité de l'offre



Faciliter l'orientation des publics

- ✓ Sensibiliser les structures à la précarité numérique et savoir la détecter
- ✓ Fluidifier les parcours des publics sur le territoire

Merci et à bientôt !

Retrouvez-nous sur

wetechcare.be



Annexes

- 1. Notice explicative des persona*
- 2. Liste des structures qui orientent des publics en fragilité numérique sur Bruxelles*

Personae type



PRÉNOM

Âge
Occupation

Descriptif du profil, mettant en avant les caractéristiques liées aux différents usages du numérique au quotidien.

PROFIL NUMÉRIQUE

Compétences

Compétences pratiques

Connaissances

Connaissances théoriques

Intérêt

Intérêt personnel, tel que vécu par la personne

Équipements



Ordinateur Tablette Smart-phone Wifi/4G

Principaux usages en ligne



Com. Achats en ligne Infos pratiques Presse & actualité Jeux Photos Accès aux droits Création web

BESOINS & FREINS

Besoins ou opportunités



Freins éventuels



Temps, confiance en soi, argent

Langue, problème de santé, intérêt/motivation



Personae type

OFFRE DE SERVICES

Solution principale



Informer et/ou motiver
 Equiper et/ou connecter
 Assister (faire à la place)
 Former (bases ou spé)
 Soutenir de façon ponctuelle
 Aider ses pairs à son tour



Parcours d'accompagnement en plusieurs étapes



Expérimentation

Niveau d'urgence



S'appuyer sur : acteurs publics de proximité (CPAS)

S'inspirer de : tiers lieu diffusant un savoir numérique

Solutions complémentaires

PARCOURS USAGER

Étapes du parcours

Facteurs clés de succès

1

Porte d'entrée

Description de chaque étape, telle que vécue par le persona



2

Prise de décision



3

Mise en action



4

Suivi dans la durée



- Liste des ressources utiles et/ou des facteurs clés de succès pour le bon déroulement de cette étape du parcours
- Exemples de ressources ou accélérateurs :
 - Relais de proximité pour toucher les seniors (ex. proches, commerces, transports, ...)* et/ou autres canaux de contact (ex. courrier, email)
 - Équipement numérique permettant d'accompagner (assister ou former) : ordinateur, tablette, smartphone...*
 - Notamment pour les aidants intervenant en mobilité (ex. travailleurs sociaux)*
 - Outils numériques (ex. ressources pédagogiques, fichier de reporting, tableau de bord, ...)*
 - Facteurs clés de succès (caractère ludique, caractère convivial, modularité de la solution, facilité d'organisation, ...)*

Typologie des structures susceptibles d'orienter des publics vers les EPN sur le territoire de Bruxelles

| Typologie | Exemples non exhaustifs de structures sur le territoire de Bruxelles |
|---|--|
| Opérateurs de services publics et services de l'Etat | <ul style="list-style-type: none"> • Actiris (emploi) • Agence locales pour l'emploi • STIB (transports publics) • SNCB (chemins de fer) • La Poste |
| Administrations communales | <ul style="list-style-type: none"> • Services des maisons communales (services à la population, action sociale et santé, jeunesse etc) • Certaines formes de structures déconcentrées sur des communes, par exemple les centres LISA sur Anderlecht |
| Accompagnement social | <ul style="list-style-type: none"> • CPAS (Centre public d'action sociale) • Mission Locales • FdSS (Fédération des Services Sociaux) • CASG (centres d'action sociale globale) • Wolu-Services asbl • Tels Quels • Solidarité Savoir • Service social juif • CASG pour les familles • Espace social télé-service • Espace P Bruxelles • Entr'Aide des Marolles • Service social de Bruxelles sud-est |

Typologie

Exemples non exhaustifs de structures sur le territoire de Bruxelles

Bibliothèques/ Médiathèques

Maisons de quartier

Promotion sociale

- EPFC (Enseignement de Promotion et de Formation Continue)
- Prosoebru (Promotion sociale de Bruxelles)
- ITN Promotion Sociale Bruxelles
- Bruxelles Formation
- Fédération Wallonie Bruxelles d' établissements publics
- Réseau des écoles et universités

Logement

- SISP (Société immobilière de service public)
- Association d'aides au logement ...

Les banques

- Etablissement bancaires
- Structures d'aide financière et sociale ...

Associations

- Associations d'éducateurs/ de médiateurs de rue
- Associations de soutien scolaire, aide aux devoirs ou de soutien aux parents d'élèves
- Associations et clubs seniors, résidences autonomie
- Ateliers socio-linguistiques ...