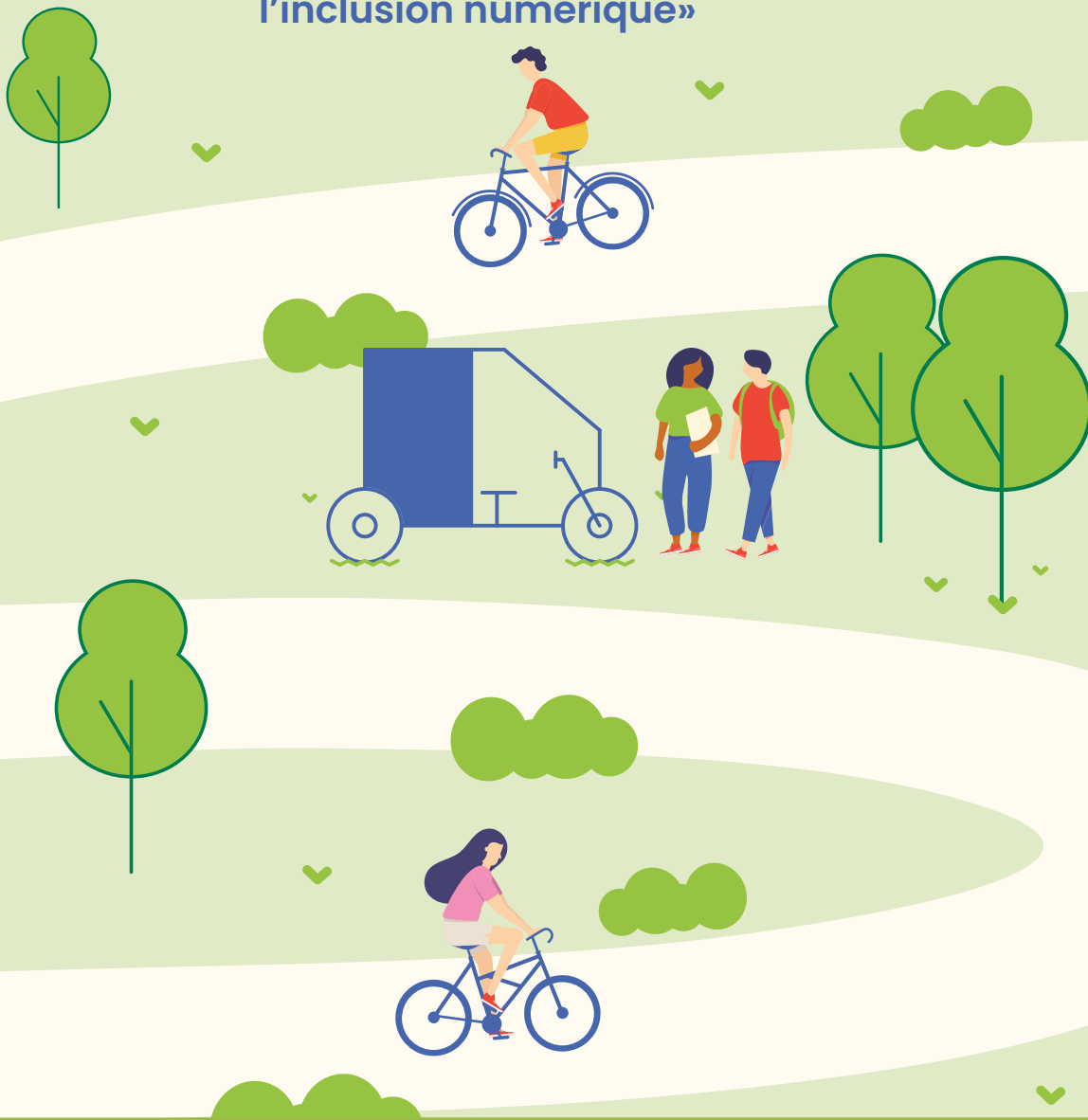


Kit de déploiement

AMI OUTILLER LA MÉDIATION NUMÉRIQUE

Projet : « Modalités de mobilité douce pour l'inclusion numérique »



RECUEIL D'EXPÉRIENCE ET DE BONNES PRATIQUES



Sommaire



OBJET DU KIT DE DÉPLOIEMENT **p.04**

ÉLÉMENTS DE CONTEXTE **p.05**

Bien démarrer	p.07
Bien s'équiper	p.09
Organiser les sorties	p.11
Réaliser la sortie	p.13
Gérer l'après sortie	p.14

ACCOMPAGNER LES MÉDIATEURS SOCIAUX MOBILISÉS **p.15**

LES FACTEURS CLÉS DE RÉUSSITE **p.16**

ALLER PLUS LOIN **p.17**

Expérience n°1 • Bordeaux	p.17
Expérience n°2 • Rennes	p.19
Expérience n°3 • Laval	p.21
Expérience n°4 • Marseille	p.22

ANNEXES **p.24**

N°1 • Référentiel de la médiation sociale	p.24
N°2 • Analyse comparative	p.26
N°3 • Équipements et aménagements	p.26
N°4 • Exemple d'un outil de reporting	p.27
N°5 • Exemple d'un parcours de formation	p.28
N°6 • Note de service	p.28

Objet du kit de déploiement

Partager les capitalisations et les résultats du projet dans un objectif de pérennisation et d'essaimage de l'action.

Impulser une dynamique d'échanges entre les structures parties prenantes au projet et les futures structures intéressées pour le déployer, l'enjeu est de développer des formes de coopération nous inscrivant dans une démarche de progression et d'amélioration continue.



UN PROJET PILOTÉ PAR DEUX RÉSEAUX ASSOCIATIFS



Guillaume LAHOZ

Responsable innovation et développement

guillaume.lahoz@pimmsmediation.fr



Sandra LEOCADIE

Directrice adjointe opérationnelle

sandra.leocadie@francemediation.fr

Éléments de contexte

L'Agence Nationale pour la Cohésion des Territoires (ANCT) lance l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) « Outiller la médiation numérique » pour soutenir et accompagner les acteurs de l'inclusion numérique.

Cet A.M.I. s'inscrit dans l'axe 2 du volet « inclusion numérique » du Plan France Relance et mobilise une enveloppe de 6,5 millions d'euros.

UNE RÉPONSE EN CONSORTIUM POUR UNE SOLUTION INNOVANTE

Dans le cadre d'un consortium réunissant une collectivité et des structures de médiation sociale, avec le soutien d'acteurs privés et le concours d'un laboratoire régional d'innovation publique, France Médiation et Pimms Médiation ont fait acte de candidature à cet AMI.

Le projet « Médiation sociale & inclusion numérique : les modalités de mobilité douce pour l'inclusion numérique » part du constat partagé suivant : **une augmentation des situations d'illectronisme qui devient un facteur supplémentaire d'exclusion, l'émergence des inégalités pour accéder à l'équipement informatique et pour acquérir des compétences numériques sont source de discrimination et des freins à l'accomplissement d'une citoyenneté numérique.**

Sur la base de ce constat, le projet consiste à développer une offre qui contribue à **renforcer l'accès au numérique tout en luttant contre les situations de vulnérabilités, d'inégalités et de rupture et en favorisant la citoyenneté numérique.**

Cette offre consiste dans la mise en œuvre de solutions de mobilités douces, faciles d'appropriation et d'utilisation, équipées en mobilier urbain et en matériel informatique, connectées, déployables en une quinzaine de minutes et modulables en fonction des usages. Elle s'inscrit dans une démarche décloisonnée, d'aller vers les publics, au cœur de leur environnement de vie, en réponse à leurs

besoins : de l'accès aux droits et aux services, à la prévention du cyberharcèlement en passant par le soutien aux actions d'insertion professionnelle et sociale.

3 OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

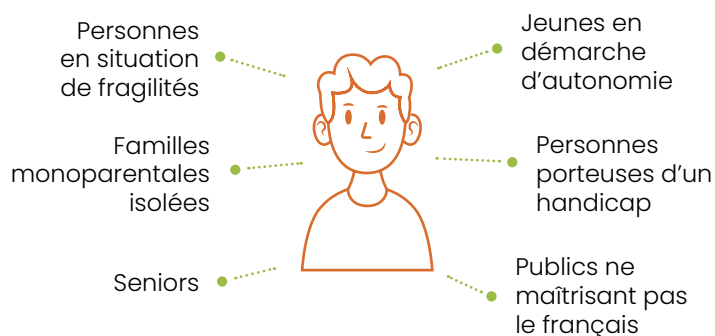
01. Capitaliser et développer l'existant.
02. Structurer une ingénierie pour accompagner l'essai du projet.
03. Mettre en valeur les synergies entre médiation sociale et médiation numérique.

UN PROJET EN 4 PHASES

- 01 Capitaliser sur les expériences du triporteur numérique à Bordeaux et du Vélo cargo connecté à Rennes.
- 02 Concevoir la solution mobile.
- 03 Expérimenter et évaluer le déploiement du projet au local sur 4 territoires : Bordeaux, Marseille, Laval et Rennes.
- 04 Produire un kit de déploiement.

UN PROJET POUR TOUS LES PUBLICS

avec une attention particulière pour les :



Et tout autre public en lien avec une problématique identifiée, l'idée étant de dépasser le seul cadre de l'accès aux droits.

Le projet s'inscrit dans une dynamique transversale et coopérative à double titre : d'une part, en associant l'ensemble des parties prenantes sur chacun des territoires (y compris les bénéficiaires) aux travaux de capitalisation, d'animation de la solution déployée et de l'évaluation.

D'autre part, le projet veillera à rechercher des articulations avec d'autres dispositifs favorisant l'inclusion numérique (par exemple Hub France Connectée, Fab-lab, Fabriques des territoires, Conseillers numériques, etc.).

UN KIT ÉLABORÉ À PARTIR DE QUATRE EXPÉRIMENTATIONS LOCALES

Le kit a été réalisé sur la base de quatre expériences déployées à Bordeaux, Laval, Marseille et Rennes visant à développer l'aller-vers et les solutions de mobilité douce en faveur de l'inclusion numérique.

Ce projet a été animé sur le plan national par France Médiation et Pimms Médiation, et développé, avec l'appui d'autres partenaires, au plan local par cinq structures.

Pour répondre aux objectifs de l'aller-vers, les quatre sites d'expérimentation se sont équipés de solutions de mobilité douce sous forme de

trporteur ou de vélo cargo, afin de favoriser la rencontre avec les publics.

- 📍 **Bordeaux** avec Pimms Médiation Bordeaux et GIP Médiation
- 📍 **Laval** avec GLEAM - Pimms Médiation Mayenne Sarthe
- 📍 **Marseille** avec Association Médiations et Cohésion Sociale (A.M.C.S.) de Groupe Addap 13
- 📍 **Rennes** avec Pimms Médiation et Ti-Lab Bretagne, laboratoire d'innovation publique

Ces solutions de mobilités douces sont animées par des médiateurs et/ou médiatrices sociaux, s'appuyant sur les principes et des outils spécifiques de la médiation sociale, en collaboration avec les partenaires des territoires.

Annexe 1 • Référentiel de la médiation sociale

Ce kit est issu d'un travail d'évaluation et de capitalisation sur ces quatre expérimentations et vise à mettre en lumière les bonnes pratiques et les retours d'expérience issus de ces quatre sites.

Il aborde les **quatre principaux** éléments permettant de **mettre en place une démarche d'aller-vers et de mobilité pour la médiation numérique et l'inclusion** :



01

Bien démarrer

02

Bien s'équiper

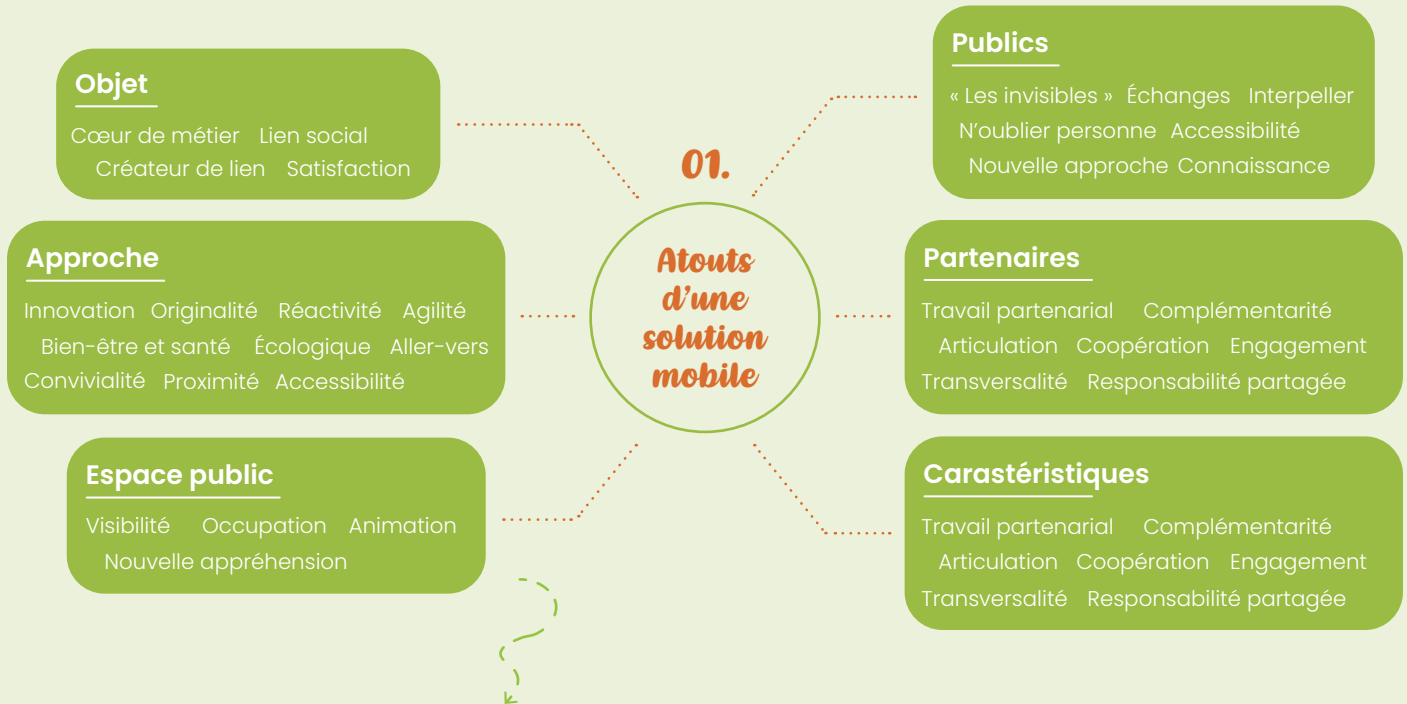
03

Organiser la sortie de la solution mobile

04

Accompagner les médiateurs

01. Bien démarrer



02. Réaliser un diagnostic en amont

Établir une priorisation des problématiques en fonction des besoins du territoire et des acteurs mobilisés.

Les statistiques sur ces besoins ne sont bien pas toujours disponibles, mais elles existent sur le plan national ou peuvent se croiser par dires d'acteurs, dires d'experts ou observations au plan local.

Il est également recommandé de prendre localement contact avec les services en lien avec les populations fragiles : France services, services publics (CAF, CPAM, Mairie, CCAS etc.), les associations, et notamment les acteurs de la lutte contre la pauvreté, les acteurs du numérique, etc.

Insee • Relevé des personnes touchées par l'illectronisme

ANCT • Ressources mobilisables sur le sujet

03. Structurer une cartographie des sorties possibles

L'objectif de cette étape est d'identifier des premiers lieux de sortie (espaces de déploiement et itinéraire de la solution mobile) pour ce nouveau dispositif de solution mobile permettant de favoriser l'aller-vers et la rencontre du public. Dans ce cadre, les territoires en QPV constituent une priorité, comme tout lieu fréquenté par des personnes en difficulté (marché, proximité d'équipement, etc.).

Cette première cartographie a pour objectif d'identifier des lieux de test à l'échelle d'un territoire (quartier, ville, village) pour ce nouveau dispositif, et d'adapter les stratégies de sorties en fonction des premiers résultats.

04. Structurer une cartographie des partenaires possibles

L'implantation du dispositif nécessite la mise en place d'un réseau de partenaires associés à la démarche d'aller-vers et de médiation numérique. Celui-ci doit permettre de faciliter l'identification des besoins et de sensibiliser, de mobiliser les partenaires à participer aux actions de médiation.

Inscrire le dispositif dans un réseau de partenaires permet aussi d'impulser des collaborations, de réaliser des sorties en commun et de renforcer les prescriptions en amont (par exemple, en communiquant des informations sur les lieux de sorties de la solution mobile) et en aval (orientations vers les partenaires compétents en fonction des sujets).

Les partenaires mobilisables sont potentiellement nombreux. On compte parmi eux les services de l'Etat en charge du numérique ou de la cohésion sociale et territoriale, les acteurs sociaux (CCAS, centre de loisirs, etc.), les services publics (CAF, CPAM, La Poste, Mairie de quartier, etc.), les distributeurs d'énergie ou de services numériques (Enedis, opérateurs internet, etc.), les opérateurs de mobilité et transports en commun, les acteurs scolaires (écoles, collèges et lycées, Universités), les associations, etc.

Chaque territoire est amené à construire son propre réseau de partenaires. L'objectif est également de s'inscrire dans la feuille de route « France numérique ensemble » relative à l'inclusion numérique.

05. Structurer une stratégie territoriale de déploiement

À partir des éléments de diagnostic, des lieux visés et des partenariats mobilisés, l'objectif est de définir une stratégie territoriale de déploiement de la solution de mobilité douce. Celle-ci est alors amenée à être testée, évaluée et adaptée au fur et à mesure des sorties et de la montée en charge du dispositif.



02. Bien s'équiper

01 Choix de la solution mobile

Dans le cadre du projet, deux solutions mobiles ont été expérimentées :

LE TRIPORTEUR NUMÉRIQUE CONNECTÉ



Le triporteur connecté, Bordeaux



Le TUQ-TUQ*, Marseille



Le PAND@**, Laval

Les+ :

- Aller vers les publics et faire avec les partenaires
 - Écologique, agile, autonome, polyvalence de services
 - Aller vers un public qui ne viendrait pas dans une structure fixe
- Originalité et intérêt
- Interconnaissance d'acteurs partenaires (faire ensemble)

Les+ :

- Stable
- Sentiment de sécurité car plus compact
- Dispositif en un seul élément
- Solution mobile en activité, processus formalisé et mis en oeuvre, mesure et analyse des actions, dynamique d'amélioration continue
- Protection en cas de pluie
- Portage mutualisé

Les- :

- Modèle esthétiquement industriel
- À chaque stop, démarrage sans poser le pied au sol (risque de choc avec le caisson)

LE VÉLO CARGO CONNECTÉ



Le BeN***, Rennes

Les+ :

- Maniable, chaleureux et esthétique
- Facile à déployer, diversité des opportunités d'occupation de l'espace
- Prototype en activité, présentation de l'expérience en juillet 2024 avec documentation en accès libre
- Multimodalité, adaptabilité à l'objectif de l'action

Les- :

- Démarrage complexe
- Impression de déséquilibre dans les virages
- Processus non formalisé au cours du projet

* TUQ-TUQ : Trait d'Union numérique dans le Quartier
 ** PAND@ : Point d'Accompagnement Numérique aux Démarches Administratives
 *** BeN : Bicyclette eNumérique

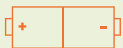
02 Équipement de la solution mobile

L'idée de recourir à un triporteur ou un vélo cargo est d'avoir une solution de déplacement décarbonée facilitant l'accès aux publics et permettant des déplacements aisés.

Les prérequis pour ce type d'équipement sont les suivants :



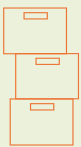
Un **moteur électrique efficace**, avec une capacité permettant de monter des pentes et de transporter le matériel.



Une **batterie de longue durée** (au moins une journée).



L'**entretien**, la **maintenance** et la **réparation** de la solution mobile pour une pratique en toute sécurité (nettoyage et entretien régulier, vérification des réglages et des composants).



Un **espace de rangement** : la solution mobile doit avoir la capacité de porter du petit matériel (tablettes, éléments de communication, de collation (café, thé), etc.)



Un **lieu de stockage pour la solution mobile**, un lieu accessible, en proximité des territoires ciblés, suffisamment spacieux pour accueillir (environ 12 à 15m²) avec un accès à une prise de recharge des batteries électriques.

03 Habillage du triporteur

Floquer le triporteur, proposer des vêtements reconnaissables aux médiateurs (chasubles colorées), afficher clairement les rôles et fonctions du dispositif... sont autant d'éléments nécessaires à l'identification du triporteur. Sa grande force réside dans sa capacité à attiser la curiosité et, au fil des médiations, à devenir un élément reconnaissable et identifiable pour les usagers.

Il est recommandé de le coupler au mobilier urbain pour qu'il fasse « partie du paysage » et devienne ainsi un élément familier auquel on fait appel facilement. Aussi, la régularité pour être identifié des habitants joue un rôle important de mise en confiance et la distribution de flyers permet de communiquer sur les actions et le planning de présence du triporteur.

04 Usage du triporteur

Son usage facilite le contact et créer du lien. Proposer une collation permet de lancer la conversation avec de potentiels usagers, qu'il est fortement conseillé d'utiliser. Elle constitue un produit d'appel qui renforce les liens et facilite le contact. La discussion s'ouvre et se prolonge autour d'un café, d'un thé ou d'un jus de fruits.

03. Organiser la sortie

01 Préparer la sortie

ÉTAPE 1 • Clarifier les objectifs de la sortie de la solution mobile

L'enjeu de chaque sortie de la solution mobile est **ALLER-VERS** : aller vers des personnes qui ne font pas de recours, aller chercher les personnes sur des questions ou de sujets auxquels elles ne pensent pas, qu'elles ne vont pas aborder et générer de l'échange entre enfants, entre personnes, aller vers le public invisible pour rompre l'isolement, pour donner de l'information sur les ressources (culturelles, de loisirs) du quartier **pour (re)créer du lien social**.

L'approche est décloisonnée de l'accès aux droits à la citoyenneté numérique.

L'aller vers/la médiation sociale s'inscrit dans une obligation de moyens et pas de résultat : l'objet est de répondre au besoin, d'aller au-devant de la demande au plus près des publics les plus isolés, vulnérables, invisibles.

ÉTAPE 2 • Déterminer les espaces à investir, les publics cibles et les thématiques à travailler

OPTION 1 • ENTRÉE PAR LIEUX

Tous les dispositifs territoriaux de l'expérimentation ont développé un nombre très varié de sorties, celles-ci peuvent être structurées autour de trois grands types :

01. **Sur l'espace public, dans les QPV ou le centre-ville**, mais aussi aux abords de marchés hebdomadaires ou à proximité de transports en commun.
02. En **lien étroit avec une action ou un événement**, comme des festivités ou des actions thématiques.

03. Adossées à un lieu ou un acteur (La Poste, mairie, etc.).

Les espaces de sortie peuvent être ouverts ou clos (collèges, hôpitaux, maisons de retraite, centres commerciaux, etc.). Au sein des espaces clos, l'approche est différente : les sujets abordés sont autres, ils nécessitent un temps de préparation et il n'y a pas besoin de déployer du mobilier. Pour l'intervention auprès des élèves, ils peuvent être informés sur l'action de la médiation sociale et de l'accès aux droits pour leurs parents (objectif par rebond).

Points d'optimisation identifiés lors des sorties :

- **S'adosser à un système de flux** : que ce soit un service ou un équipement, un arrêt de tram ou de bus, ou encore une bouche de métro. Se déployer sur un lieu d'affluence importante, en évitant les lieux qui sont exclusivement des lieux de passage, car les publics y sont souvent pressés, permet de toucher une large audience ;
- **Être régulier** : être présent le même jour et à la même heure permet au dispositif de s'installer dans le « décor » et la vie du quartier, et ainsi :
 - > Fixer des rendez-vous d'une fois sur l'autre ;
 - > Être attendu pour résoudre un problème ;
 - > Faciliter le bouche à oreille (on en parle et on indique quand il va revenir).
- **L'intérêt à constituer un partenariat** : avec une autre association ou un autre service en capacité de répondre à plus de questions et d'animer la sortie ;
- **L'événementiel** : une sortie en lien avec un événement programmé permet de toucher un public important (par exemple une fête de quartier ou autre d'un événement thématique).

OPTION 2 • ENTRÉE PAR PUBLICS

01. **Les jeunes** : les partenariats fonctionnant le mieux sont ceux réalisés avec les collèges, les lycées et les universités. Les interventions ciblées se font dans le cadre de Semaine contre le harcèlement, ou une focale sur l'usage des réseaux sociaux et la présence sur le net.

- 02. Les plus précaires** : il est pertinent d'installer le dispositif lors d'interventions d'acteurs tels que la Banque alimentaire, lors de la distribution de denrées alimentaires par exemple. D'autres acteurs, comme Emmaüs, ATD Quart-Monde ou encore la Croix Rouge peuvent être mobilisés pour toucher les plus fragiles voire certains publics invisibles (sans-papiers, SDF, etc.).
- 03. Les seniors** : pour les plus éloignés du numérique, des interventions en Ehpad peuvent être envisagées. Ces publics restent toutefois les plus difficiles d'accès.
- 04. Les familles** : les événements restent le moyen le plus sûr de toucher une large audience. Adossé à une fête de quartier, un événement associatif ou sportif, la solution mobile intrigue petits et grands, ce qui rend la discussion facile et permet de lancer des médiations par la suite.

OPTION 3 • ENTRÉE PAR THÉMATIQUES

- 01. Des sorties non-thématisées pour toucher un large public**
 Cette sortie permet de répondre à des demandes très diverses. Les médiateurs sont dans une **posture d'écoute, ils accompagnent à l'expression du besoin et doivent maîtriser leur cartographie partenariale** : soit ils sont compétents et assurent un premier niveau de traitement, soit la demande est complexe ou exige un certain niveau de confidentialité et sera gérée lors d'un rendez-vous, soit ils orientent vers un partenaire compétent.
- 02. Des thématiques précises à privilégier**
 La thématisation permet de **cibler les attentes et d'y apporter une réponse précise**. Certaines problématiques ou certains événements porteurs de thématiques, permettent aux médiateurs de préparer leurs interventions, notamment sur les sujets suivants :
- Les énergies : chèque énergie, installation et utilisation du compteur Linky, suivi de sa consommation, etc. ;
 - La Poste : volet postal et volet bancaire ;
 - E-réputation : présence sur le net ;
 - Cyberharcèlement et réseaux sociaux ;
 - Cybersécurité, mail, mots de passe, etc. ;
 - Accès aux outils connectés.

ÉTAPE 3 • Mobiliser l'équipe en charge de réaliser la sortie

Réaliser une sortie nécessite des ressources humaines en nombre qui peuvent être diverses :

- 01. Les médiateurs** : ils vont gérer tout ce qui concerne la solution mobile et être mobilisés dans la mise en œuvre de l'aller vers et des médiations.
- 02. Les conseillers numériques** : ils forment un excellent binôme avec le médiateur, notamment en cas de sortie thématique en lien avec l'accès aux droits et le numérique.
- 03. Les services civiques** : ils viennent en appui pour accueillir, faire patienter, informer, évaluer l'ambiance et participer à « sécuriser » la situation.
- 04. Les partenaires** : ils sont essentiels à la réussite d'une sortie, surtout si celle-ci traite d'une thématique précise.

La réussite de la sortie tient à l'implication de chacun dans le dispositif. C'est la mobilisation de diverses expertises et compétences qui permet de répondre au besoin.

Au-delà de la qualité des ressources mobilisées, il y a la quantité : les expérimentations ont montré qu'une vingtaine de personnes peuvent être touchées durant une sortie de 2 à 3 heures. Certaines sorties liées à des événements peuvent toucher entre 50 et 150 personnes.

ÉTAPE 4 • Informer et communiquer

En amont, et dès que possible, les sorties de la solution mobile doivent être annoncées : affichage, transmission par les partenaires, etc. Cela est notamment efficace en pied d'immeuble, avec des affichages dans les halls d'entrée. Là aussi, il est vivement recommandé de recourir à des affiches claires et lisibles, pour toucher le plus grand nombre de personnes. Il est conseillé d'avoir aussi recours à des flyers lors de médiations. Ceux-ci peuvent recenser des services mobilisables, des événements, tous points utiles lors des rencontres et des médiations.

04. Réaliser la sortie

Le jour J, les étapes à suivre sont les suivantes :

01. Aller chercher la solution mobile dans son lieu de stockage.

02. Se rendre sur le lieu défini.

03. S'installer en veillant à :

- Animer l'espace : faire le montage des équipements sur l'espace public pour interpeller le public, installer des kakémonos qui informent, se positionner dans une modalité d'aller vers les passants.
- Occuper l'espace en structurant votre installation en cohérence et harmonie avec la configuration de l'espace public et avec le mobilier urbain (par exemple, positionner des coussins sur les bancs publics).
- Organiser un accueil agréable et confortable pour les publics (par exemple, quelques boissons, un paravent ou une tonnelle pour se protéger du soleil, des sièges, etc.).
- Capter certains publics en maintenant l'objectif de travailler l'accès aux droits et le lien social (par exemple des pédaliers/bornes de recharge des batteries de téléphone).
- Et à sécuriser le matériel.

04. Accueillir, échanger et gérer les demandes des publics en lien avec les partenaires

05. Clôturer la sortie.

06. Ranger le matériel.



07. Et ramener la solution mobile dans son lieu de stockage.

Annexe 3 • Quelques équipements et aménagements de la solution mobile

05. Gérer l'après sortie



Suite à chaque sortie, les médiateurs sociaux doivent :

- 01.** Programmer le traitement des demandes, voire les relayer vers les partenaires s'il y a lieu.
- 02.** Effectuer le reporting et faire le bilan de la sortie.



Focus sur l'outil de reporting

L'outil de reporting doit être permettre de **compiler des données d'au moins cinq niveaux** :

- Les dates, lieux, durée et autres caractéristiques de la sortie
- Les moyens (nombre de médiateurs) et partenaires mobilisés ;
- Le nombre et la qualité des personnes rencontrées et aidées ;
- Le type de médiation et d'appui réalisé/les thématiques traitées ;
- Une appréciation qualitative de la sortie.

Cet outil garantit la traçabilité de l'activité, le suivi de son évolution permettant tout ajustement nécessaire et, va aussi alimenter l'évaluation du dispositif.

Annexe 4 • Exemple d'un outil de reporting

Accompagner les médiateurs sociaux mobilisés

DES MÉDIATEURS SOCIAUX FORMÉS À LA MÉDIATION SOCIALE

Il est recommandé, pour ce type de missions, de mobiliser des personnes possédant une formation de médiateur social, ayant également une sensibilité et des compétences en matière de maîtrise et d'accès aux outils numériques.

Les personnes mobilisées doivent être principalement en mesure de :

- Développer une démarche d'aller-vers et de contact auprès du public ;
- Analyser et répondre aux besoins des usagers en matière de numérique et d'accès aux droits et aux services sociaux ;
- Informer et orienter vers les services et dispositifs disponibles ;
- Déployer des actions des thématiques du numérique ;
- Consolider des réseaux de partenaires ;
- Rendre compte de son activité.

Des formations sont disponibles sur l'ensemble des sujets auprès des réseaux de médiateurs ou d'inclusion numérique (France Médiation, Pimms Médiation notamment).

Il est nécessaire pour les médiateurs de bien connaître le réseau des partenaires : des temps de rencontres sont utiles pour favoriser l'interconnaissance et appréhender les champs et les modalités d'intervention de chacun.

DES MÉDIATEURS SOCIAUX À L'AISE AVEC L'USAGE DE LA SOLUTION MOBILE

Le déplacement avec ce type d'équipement étant parfois complexe, il est conseillé d'intégrer cette capacité « vélo » au sein des compétences

demandées aux médiateurs en charge du dispositif et de prévoir une séquence de formation.

L'objectif est d'aider à (ré)utiliser le vélo, de revenir sur des notions du code de la route, d'apprendre à « conduire » un vélo électrique (par exemple moins on appuie sur les pédales, plus la batterie est utilisée, appréhension du processus de freinage), de mettre en pratique en intégrant un contexte de circulation routière, de travailler sur la levée des freins et les peurs et d'apporter confiance et sérénité aux médiateurs.

Annexe 5 • Tutoriel conçu par le Pimms Médiation Bordeaux pour faciliter la prise en main du triporteur connecté

PROTÉGER LES MÉDIATEURS SOCIAUX

Cette protection concerne 3 aspects :

- Le **port d'un équipement de protection spécifique** (casque, chaussures adaptées, gants, vêtement de pluie, etc.) ;
- La vérification que **l'assurance de l'employeur couvre les risques** liés à la pratique de la solution mobile ;
- **L'identification, la caractérisation et la prévention des risques** liés à l'usage d'une solution mobile et les mentionner dans le document unique d'évaluation des risques professionnels.

Annexe 6 • Note de service

Les facteurs clés de réussite



01. L'ancrage territorial

Une connaissance du territoire, des problématiques, des publics, des partenaires.



02. Faire avec les partenaires

L'association des partenaires dans un objectif d'articulation et de complémentarités des compétences et des expertises au service des publics.



03. Une ressource « médiateurs sociaux »

Formée à la médiation sociale, avec une expertise de l'aller vers et accompagnée dans l'appréhension de la solution mobile et dans la conduite d'un vélo électrique.



04. La qualité de l'accompagnement

L'inscription du dispositif dans un processus permettant de garantir la qualité et une démarche d'amélioration continue.



05. La communication

Communiquer via la solution mobile, avec les partenaires, pour les usagers et vers les financeurs.

Aller plus loin

Afin d'en savoir plus sur les solutions de mobilité douce pour l'inclusion numérique, vous pouvez contacter les acteurs nationaux et territoriaux qui ont déployé cette expérimentation.

CONTACTEZ-NOUS !

Sur le plan national :

France Médiation
infos@francemediation.fr

Pimms Médiation
reseau@pimmsmediation.fr

Sur le plan local :

Laval
Pimms Médiation Mayenne Sarthe
mayenne-sarthe@pimmsmediation.fr

Marseille
AMCS
amcs@addap13.org

Rennes
Pimms Médiation Rennes
rennes@pimmsmediation.fr

Bordeaux
Pimms Médiation Bordeaux
bordeaux@pimmsmediation.fr

GIP Médiation
coordonord@bordeauxmediation.fr
coordosud@bordeauxmediation.fr

EXPÉRIENCE N°1

Le triporteur numérique connecté parcourt les rues de la ville de Bordeaux depuis décembre 2019.



2 STRUCTURES PORTEUSES

pimms médiation BORDEAUX
VOUS RELIER AUX SERVICES ESSENTIELS

GIP
Médiation

Association qui facilite l'accès aux droits et à l'utilisation des services publics. Elle propose un accompagnement personnalisé pour résoudre les difficultés rencontrées par le public, tant dans le paiement de ses factures que dans la gestion de son habitat ou de ses modes de déplacement.

Le GIP exerce ses missions à partir du socle commun de la médiation sociale et rassemble autour de celle-ci des collectivités locales et des acteurs associatifs ou bailleurs sociaux.

Activités : médiation espace public, dans les squats, en milieu scolaire notamment.

3 STRUCTURES RESSOURCES

que vous pouvez contacter :

01. Pimms Médiation Bordeaux

Olivier DOURTHE, Directeur

Valérie MOUTINARD, Directrice adjointe
bordeaux@pimmsmediation.fr

02. Collectif Mills Trois cents

Louise GARNIER, Référente technique pour l'aménagement
contact@milletroiscents.com

03. GIP Médiation

coordonord@bordeauxmediation.fr
coordosud@bordeauxmediation.fr

3 OBJECTIFS VISÉS

01. Promouvoir la citoyenneté numérique dans les QPV.
02. Aller chercher des personnes qui ne font pas de recours, aller chercher les personnes sur des questions ou de sujets auxquels ils ne pensent pas, qu'ils ne vont pas aborder et générer de l'échange entre enfants, entre personnes, proposer une approche décloisonnée au service des enjeux de citoyenneté au travers du numérique « exercer ma citoyenneté sur le numérique » au-delà de l'accès aux droits.
03. Toucher le public invisible pour rompre l'isolement et donner de l'information sur les ressources (culturelles, de loisirs) du quartier pour (re)créer du lien social.

SPÉCIFICITÉS DES TERRITOIRES

- Quartiers prioritaires de la ville (QPV)
- Bordeaux Sud et Bordeaux Nord

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHÉ

Processus de mise en œuvre des sorties du triporteur.

Une sortie a minima par quartier chaque semaine avec un principe de récurrence (exemple : premier mercredi de chaque mois)

Co-animation par le binôme Pimms Médiation et GIP Médiation avec participation de partenaires. Mobilisation des services civiques pour travailler sur le « pair à pair ».

Territoires de sortie du triporteur : là où un dispositif de médiation sociale est déployé pour faciliter et renforcer la démarche de mobilisation et d'information auprès des habitants.

Espaces investis : espaces publics, établissements scolaires, arrêt de transports en communs, marchés, pied d'immeubles, centre commercial.

PARTENAIRES DE L'EXPÉRIENCE ...

Partenaires de l'emploi, de la santé, de l'accès aux droits, de l'animation, de la culture.

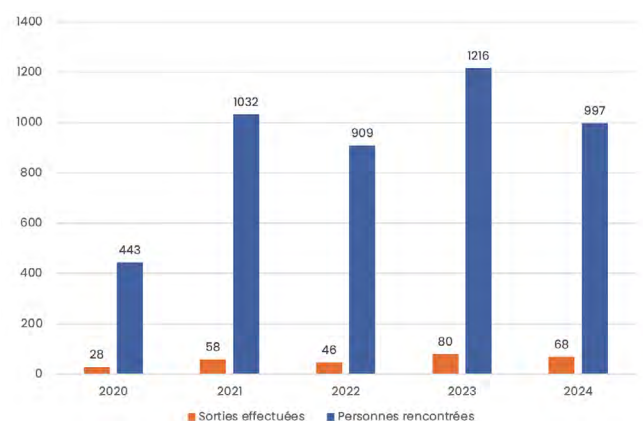
... ET RÔLES DE CHACUN

- Aller vers des publics spécifiques ;
- Susciter l'intérêt et créer du lien en multipliant les points d'entrées possibles en fonction des expertises de chaque partenaire ;
- Détecter des fragilités et actionner des leviers spécifiques.

Un financement de 45.000 €

de la part de l'État (adultes relais), Ville de Bordeaux, Conseil Départemental de la Gironde, bailleurs sociaux, EDF et Malakoff humanis.

LES RÉSULTATS OBTENUS



☆ LES BONNES PRATIQUES

- **Sortie du triporteur numérique sur l'espace public et au sein de certains espaces clos** (collèges, hôpitaux, maisons de retraite, centres commerciaux) ;
- Diagnostic des médiateurs pour **déterminer le lieu où le triporteur va se poser** (par exemple installer le triporteur à proximité de commerces où se trouve un public marginal et se réapproprié cet espace, avec un travail de réassurance, d'accès aux droits et de mise en lien avec les partenaires en fonction des problématiques identifiées) ;
- Production d'un **tutoriel pour accompagner dans la prise en main du triporteur** avec phase d'entraînement à la prise en main.

💡 ORIGINALITÉ DE L'EXPÉRIENCE

- « On ne recherche pas le chiffre » : l'aller vers et la médiation sociale s'inscrivent dans une obligation de moyens et non de résultat. L'objet est de répondre au besoin, d'aller au-devant de la demande et au plus près des publics les plus isolés, vulnérables, invisibles ;
- Le triporteur numérique est support à de multiples projets : référent de parcours, médiation réseaux sociaux.

Pour en savoir plus :

<https://www.youtube.com/watch?v=WRlkvo3kus4>
<https://www.youtube.com/watch?v=hG8P8QJ-IMw>
<https://www.youtube.com/watch?v=b03XiWUKLHg>
<https://www.youtube.com/watch?v=2Jq9teFEAcg>

EXPÉRIENCE N°2

Le vélo cargo mis en place en 2022 pour silloner les Quartiers prioritaires Politique de la Ville à Rennes.



1 STRUCTURE PORTEUSE


 VOUS RELIER AUX SERVICES ESSENTIELS

L'association Pimms Médiation Rennes met en œuvre des actions de médiation sociale pour ses adhérents, entreprises délégataires ou ayant une mission de service public.

Elle œuvre pour renouer le lien social avec les habitants vulnérables du territoire et contribue au développement de solutions afin d'assurer l'accès aux droits et aux services publics, l'inclusion numérique, la mobilité et contribuer fortement à la lutte contre la précarité énergétique et l'exclusion sociale.

1 STRUCTURE RESSOURCE

que vous pouvez contacter :

Pimms Médiation Rennes

Emmanuelle ANNEIX-DAO, Directrice
 rennes@pimmsmediation.fr

⚙️ LE CONTEXTE

- **Travail avec le Ti Lab sur une expérimentation « MedLové »**, suite à l'émergence d'un besoin dans un contexte de crise sanitaire et en s'inspirant de l'expérience du triporteur numérique de Bordeaux. Le sujet a été de savoir comment trouver une solution alternative à l'accueil en lieu fixe fermé pour présenter les services Pimms, en déployant dans l'espace public une solution de médiation sociale et numérique en 10 minutes.
- **Travail d'exploration des expériences existantes** : organisation de work shop pour collecter les problématiques (rencontres avec les acteurs de la médiation, dont certains avaient l'expérience de l'espace public, rencontres avec des personnes qui connaissent déjà l'espace public) + séquences de travail avec des professionnels (designers, menuisiers, etc.) pour concevoir les prototypes/solutions.
- Démarche qui **mêle 3 types d'expertises** : expertise **empirique** (celles des partenaires), expertise **d'usage** (celle des habitants, usagers et bénéficiaires) et expertise **scientifique** (chercheurs, évaluateurs, métiers)

concernés).

Expérimentation de la solution avec ses 2 modules – « Bonjour » pour accueillir et « MedLové » pour traiter les situations.

3 OBJECTIFS VISÉS

01. Déployer des services de médiation sociale et médiation numérique auprès des habitant-es de Rennes, et plus particulièrement, ceux des quartiers prioritaires avec une solution de mobilité douce et active, augmentée par/avec des accessoires de design adaptés en réemploi et en partenariat avec d'autres acteurs en médiation numérique, culturels.
02. Un double objectif : créer du lien avec les habitants et les autres partenaires pour une meilleure connaissance des champs d'intervention des partenaires et donc une optimisation des orientations.
03. Toucher les personnes qui ne rejoignent pas les lieux de médiation, qui sont en situation de non-recours à leurs droits et à qui il est nécessaire de redonner confiance.

SPÉCIFICITÉS DES TERRITOIRES

- 5 quartiers QPV rennais ;
- Travailler en partenariat avec d'autres acteurs : les conseillers numériques des Espaces Sociaux Communs, Archipel Habitat, l'Établi des Mots, la conseillère numérique de la Cohue avec sa gîtoune, la médiatrice numérique des Centres Sociaux avec son vélo cargo « Octopus », etc.

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHÉ

- Solution de mobilité en phase d'expérimentation sur 3 territoires (QPV) en solo / en itinérance / avec d'autres structures (bailleur, ESC)
- Equipement de la solution mobile permettant d'occuper l'espace et d'organiser plusieurs espaces : table, tabourets, coussins avec tissu résistant utilisé pour les voiliers, barnum pour se protéger du soleil et outil d'occupation de l'espace.

PARTENAIRES DE L'EXPÉRIENCE ...

- Expérimentation multi partenariale (bailleurs,

ESC, Si on s'alliait, association 3 regards, maison de quartier de Villejean, etc.).

- Nécessité de penser le collectif de partenaires = chacun des partenaires se positionne sur des dates sur des lieux, pour une durée 2, 3 ou 5 heures, sortie avec 4, 5 ou 6 personnes avec un binôme de médiateurs du Pimms Médiation Rennes, sortie sur des espaces ciblés ou adossée à des événements, sans récurrence sauf sur de rares sites (marchés par exemple).

... ET RÔLES DE CHACUN

Distinguer les espaces et les rôles :

- « Le pêcheur » va vers les publics, il s'éloigne des modules pour aller vers les gens ;
- « La mouette » se situe entre les différents rôles et les différents modules, sa fonction est celle d'une première information et d'une orientation ;
- « L'aubergiste » se situe à côté du vélo, il accueille de manière conviviale les personnes qui arrivent et les aider à résoudre un problème simple ;
- « Le robinson » se pose pour les accompagnements ;
- « Le photographe » prend des photos des situations pour les documenter ;
- « Le journaliste » documente ce qui se passe, par l'écrit.

Ce sont des fonctions qui peuvent être portées par une ou plusieurs personnes. Mixer les équipes mobiles/en posté + mobiliser les expertises et compétences de l'aller vers/ accompagnement dans l'espace public.

Un financement de 98.000 €

Partenaires financiers : projet « MedNumMobile » financé par le Plan de Relance « Transformation numérique des collectivités territoriales » porté par le Ti Lab en partenariat avec le Pimms Médiation Rennes, la Banque des Territoires (achat de la solution mobile).

LES RÉSULTATS OBTENUS

Phase d'expérimentation.

L'enjeu est de tester les trois modules « Confort – Bonjour et Ilôt » pour aller vers les publics, le vélo étant un élément matériel d'une démarche design de service et les

médiateurs doivent adapter leur posture dans l'espace public.

☆ LES BONNES PRATIQUES

Gestion de la ressource humaine : organiser une rotation des équipes toutes les heures et demie (avec la météo, froid, pluie, vent) avec prise en compte des contraintes (tous ne conduisent pas le vélo cargo).

💡 ORIGINALITÉ DE L'EXPÉRIENCE

- Cadre partenarial de l'expérimentation avec des professionnels de la médiation sociale et numérique, des designers de service et des artisans locaux dans le réemploi des matières ;
- Conception multimodale de la solution mobile ;
- Edition d'une documentation ouverte, sous licence Créative Commons By-SA.

Pour en savoir plus :

www.pimms-rennes.org

<https://twitter.com/home>

<https://urlr.me/WZQFTI>

<https://urlr.me/dRauvy>

<https://www.instagram.com/pimms.rennes/?hl=fr>

<https://www.labaccs.fr/?MedLov%C3%A9>

EXPÉRIENCE N°3

Le triporteur PAND@, en activité depuis février 2023 dans la ville de Laval.



1 STRUCTURE PORTEUSE



Le GLEAM Pimms Médiation Mayenne Sarthe est une association loi 1901 de médiation sociale. Nous accompagnons gratuitement les habitants depuis 1996. Nos services sont ouverts à tous.

1 STRUCTURE RESSOURCE

que vous pouvez contacter :

GLEAM Pimms Médiation Mayenne Sarthe

Jérémy CHAZEAU, Directeur
mayenne-sarthe@pimmsmediation.fr

⚙️ LE CONTEXTE

Au sein du GLEAM Pimms Médiation Mayenne Sarthe, ce sont les médiateurs du pôle Prévention et Accompagnement qui sont chargés de faire vivre le PAND@ et de proposer des **actions d'inclusion numérique novatrices** !

L'objectif est de proposer des **actions de médiation numérique complémentaires aux initiatives déjà existantes** sur le territoire.

Les médiateurs sont formés à l'accompagnement des publics et à l'utilisation des outils informatiques et numériques.

Le PAND@ (Point d'Accompagnement Numérique aux Démarches Administratives) se veut **mobile, novateur et original**. Nous l'avons aussi voulu accessible, raison pour laquelle son design est sobre, simple mais efficace. Il a vocation à intervenir dans les différents quartiers Lavallois, et pas seulement dans les QPV. Nous le retrouverons également régulièrement en centre-ville, lieu de vie et de mixité.

📍 SPÉCIFICITÉS DES TERRITOIRES

- 2 QPV ;
- 1 quartier en veille ;
- Cœur de ville.

OBJECTIF VISÉ

Déployer des services de médiation sociale et numérique, complémentaires aux services et dispositifs déjà existants sur le territoire, dans une démarche « d'aller vers » et « faire avec ».

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHÉ

Pour résumer : aller vers les publics, sur l'espace public, dans les lieux de vie et au pied des immeubles en favorisant la mobilité douce et proposer un accompagnement à l'autonomie numérique progressive pour les démarches dématérialisées du quotidien.

PARTENAIRES DE L'EXPÉRIENCE ...

- Collectivités locales ;
- Entreprises adhérentes à l'association ;
- Associations d'action sociale et/ou caritatives.

... ET RÔLES DE CHACUN

- Facilitent le déploiement sur l'espace public ;
- Contribuent à la promotion du PAND@ et pour certaines (ENEDIS, La Poste) financent le déploiement d'actions numériques ;
- Sollicitent le PAND@ pour proposer des actions d'accompagnement numérique.

Un financement

de la part de l'ANCT dans le cadre de l'AMI pour la partie investissement et d'ENEDIS et La Poste pour la partie fonctionnement.

LES RÉSULTATS OBTENUS

- Reconnaissance du PAND@ ;
- Autonomie numérique des lavallois.

LES BONNES PRATIQUES

- Aller vers ;
- Mobilité douce ;
- Accessibilité ;
- Adaptabilité.

ORIGINALITÉ DE L'EXPÉRIENCE

Solution unique et innovante en Mayenne.

EXPÉRIENCE N°4

Le TUQ-TUQ parcourt depuis 2023 les quartiers prioritaires de la ville de Marseille.



1 STRUCTURE PORTEUSE



L'AMCS déploie des dispositifs de médiation sociale : ainsi, 80 salariés œuvrent à Marseille pour différentes missions de médiation : médiation sociale urbaine (dans 35 QPV), médiation sociale éducative (aux abords et au sein de huit collèges), médiation dans les transports (au sein des TER, ligne Aix-Marseille dans les haltes gares et dans les trains) et médiation au sein de cinq agences France Travail.

1 STRUCTURE RESSOURCE

que vous pouvez contacter :



Association de Médiations et de Cohésion sociale (AMCS), Groupe ADDAP

Yvon CARLE, Directeur
amcs@addap13.org

LE CONTEXTE

L'équipe de médiation a recueilli des témoignages d'habitants qui ne passent pas la porte des locaux qui abritent différentes associations et dispositifs, par méconnaissance de la présence de ces ressources, par sentiment d'éloignement ou de difficultés d'accès à ces dernières. Certains habitants expriment leur réticence à solliciter de l'aide ou même des renseignements par crainte de l'image négative que cela pourrait créer.

L'équipe pluridisciplinaire (médiation sociale, socio-éducative lycée et prévention spécialisée) note des formes de fracture numérique, ceci engendrant des difficultés du suivi scolaire (utilisation des applications de suivi scolaire) de la part des parents.

Les habitants des territoires où nous intervenons, expriment clairement des demandes en matière d'animations, en plein air et accessibles à tous aisément.

Aussi, des tensions émergent, pouvant aller jusqu'à des situations de conflits entre voisins dans certains quartiers des appréhensions à utiliser les espaces extérieurs aménagés.

Les partenaires locaux et institutionnels partagent nos constats.

2 OBJECTIFS VISÉS

01. Diversifier les espaces/temps d'intervention car le TUQ-TUQ permet d'être présent et d'intervenir auprès des publics, hors les murs (en-dehors des structures qui accueillent habituellement les médiateurs), durant des plages horaires différentes (qui ne sont plus celles de ces structures) et dans des zones dépourvues d'infrastructures/de services (à condition que ces zones soient suffisamment accessibles et pratiques pour gérer toute la logistique associée au triporteur.)
02. Inscrire son action en direction d'un plus large public – celui qui n'entre pas dans les structures au sein desquelles les actions des médiateurs sont mises en place et celui qui n'est pas disponible aux heures d'ouverture de ces structures.

SPÉCIFICITÉS DES TERRITOIRES

Quartiers Prioritaires de la Ville de Marseille – 3^e, 14^e, 15^e et 16^e arrondissements.

RÉSUMÉ DE LA DÉMARCHÉ

Axes d'intervention retenus :

- L'accompagnement à la parentalité.
- La pratique ludique et accessible d'outils numériques.
- La mise en place d'actions de loisirs au sein du quartier.

Accompagnement numérique hors les murs :
Thématiques abordées : fracture numérique, accompagnement à la parentalité, via l'accompagnement au suivi scolaire, accompagnement administratif

Animations thématiques ponctuelles : réappropriation des espaces publics (pied d'immeuble), vivre ensemble dans le quartier, dynamisation de la cité.

À destination de tout public présent dans les sites d'intervention de l'équipe de médiation sociale : adultes dont les familles monoparentales, les personnes en situation de fragilité sociale, les seniors, les adolescents (scolarisés ou non) et jeunes adultes en situation d'insertion.

PARTENAIRES DE L'EXPÉRIENCE ...

- Les centres sociaux ;
- Les amicales de locataires ;
- Les associations locales ;
- Les bailleurs sociaux ;
- France Travail ;
- Les dispositifs d'accès aux droits ;
- Les dispositifs d'accès aux soins.

... ET RÔLES DE CHACUN

- Être en lien avec les équipes de médiation pour orienter ou encore accueillir du public selon la thématique ;
- Mettre à disposition des locaux pour nous permettre de déployer nos ateliers ;
- Solliciter un intervenant sur un sujet spécifique pour proposer des ateliers en réponse aux besoins.

LES RÉSULTATS OBTENUS

Mise en place d'une démarche de questionnement des habitants sur leur expérience du triporteur.

Annexe n°1

Le référentiel de la médiation sociale

DÉFINITION DE LA MÉDIATION SOCIALE ET SES PRINCIPES DIRECTEURS

La médiation sociale se définit comme un « processus de création et de réparation du lien social et de règlements des conflits de la vie quotidienne, dans lequel un tiers impartial et indépendant tente à travers l'organisation d'échanges entre les personnes ou les institutions de les aider à améliorer une relation ou de régler un conflit qui les oppose ». Cette définition fut adoptée par 42 experts de douze Etats membres de l'UE réunis en 2000 par le Secrétariat général du Comité interministériel des villes (SG-CIV).

Cette définition officielle a été complétée par deux principes directeurs :

- **Aller vers** l'utilisateur quand sa difficulté est renforcée par le fait de ne pas maîtriser les codes, de renoncer à se déplacer, ou encore de fuir quand la gestion d'un conflit nécessite d'affronter la réalité ;
- **Faire avec** le bénéficiaire et non à sa place, pour le responsabiliser et renforcer son autonomie. Les Canadiens utilisent le terme « empowerment » pour définir cette capacité à faciliter les échanges, à servir d'interface du traitement de la demande sociale, à donner le pouvoir d'agir aux acteurs pour trouver les solutions durables aux problèmes.

CADRE DÉONTOLOGIQUE DE LA MÉDIATION SOCIALE

Des règles déontologiques qui précisent le cadre et les limites de l'intervention des

médiateurs sociaux, gage d'efficacité et de reconnaissance de leur utilité sociale. Elles représentent aussi une garantie pour leurs employeurs et leurs parties prenantes

1 • PRINCIPES GARANTISSANT LE PROCESSUS DE MÉDIATION SOCIALE

L'acte de médiation sociale doit être ouvert à tous, sans distinction et doit répondre aux exigences suivantes :

Le libre consentement et la participation des parties prenantes

La médiation sociale repose sur le libre consentement des parties prenantes, quelque soit l'interlocuteur à l'origine de la demande. À tout moment, il est possible pour l'une ou l'autre partie de revenir sur ce consentement.

L'indépendance

Le médiateur exerce sa mission en toute indépendance par rapport aux protagonistes qu'il rencontre. Il n'est investi d'aucun pouvoir de contrainte ni de sanction par une institution. Dans sa relation aux personnes ou aux groupes, il ne peut en aucun cas utiliser sa position ou son influence pour obtenir quelques avantages à titre personnel.

La discrétion et la confidentialité

Les personnes sollicitant le médiateur délivrent l'information nécessaire à la réussite du processus avec la certitude que cette divulgation ne leur portera pas préjudice. Le médiateur doit non seulement respecter l'intimité et la vie privée des personnes, mais aussi n'utiliser les informations recueillies qu'avec l'accord des personnes qui les lui ont confiées. La seule exception concerne l'obligation de

porter assistance à une personne en péril ou de dénoncer les crimes et les violences faites aux personnes particulièrement fragiles.

La protection des droits et des personnes et le respect des droits fondamentaux

La médiation sociale ne se substitue pas aux droits garantis à chacun. Elle facilite l'accès aux droits des personnes sans jamais obliger quiconque à exercer ses droits ou à y renoncer. La médiation doit offrir toutes les garanties énoncées par la Convention européenne des droits de l'homme et la jurisprudence afférente, tant dans les mécanismes qu'elle met en œuvre que dans les solutions dont elle favorise l'émergence.

2 • PRINCIPES GARANTISSANT LA QUALITÉ DE MÉDIATEUR SOCIAL

La position de tiers

Le médiateur intervient auprès de l'un et de l'autre des interlocuteurs de la médiation, sans se substituer à aucun des deux. Avant d'accepter la médiation, et tout au long de son intervention, il s'assure de son extériorité vis-à-vis de la situation pour laquelle il est saisi.

L'impartialité et la bonne proximité

Le médiateur s'attache à ne pas favoriser l'une ou l'autre des parties. Il permet l'expression des points de vue de chacun, sans parti pris. Même s'il a un avis sur une situation donnée, il s'efforce de paraître neutre. Pour pallier l'inégalité entre certains interlocuteurs, le médiateur peut être amené à déséquilibrer la communication de manière à redonner une position d'acteur à la personne qui se sent en situation d'infériorité.

La responsabilisation et l'autonomie des personnes

Le médiateur doit s'assurer qu'il n'impose pas de solutions, mais qu'il aide, au contraire, les personnes à les trouver par elles-mêmes. Il veille à ne pas laisser s'installer une relation de dépendance. Il accompagne la personne vers son autonomie dans la prise de décision et dans la compréhension des responsabilités qui lui reviennent.

La possibilité de refuser ou de se retirer d'une médiation

Toute sollicitation reçoit une réponse. Cette réponse doit être adaptée aux circonstances et à la nature de la demande sans qu'elle ne se transforme en ingérence. En fonction de la situation, de la nature spécifique du conflit ou du problème, du lieu concerné ou des personnes impliquées, le médiateur social peut être amené à refuser une intervention dont il est saisi. Il peut aussi être conduit à interrompre une médiation engagée et à passer le relais. Il en informe les parties et sa hiérarchie.

La réflexion sur sa pratique professionnelle

Le médiateur social mène une réflexion permanente sur sa pratique (actualisation des connaissances nécessaires, y compris de la géographie sociale de son territoire d'intervention, formation, supervision, groupe d'analyse de la pratique, etc.) afin de garantir le processus de médiation sociale et sa posture, dans la durée.

Registres d'activités de la médiation sociale, référentiel est commun à toute la profession.

01. La présence active de proximité : aller à la rencontre des habitants, se faire connaître et reconnaître en particulier des populations fragilisées ou isolées, afin d'aller au-devant des attentes exprimées ou non, ou qui échappent aux institutions.

02. La prévention et la gestion des situations conflictuelles : offrir un cadre sécurisé et confidentiel pour recréer les conditions du dialogue entre les personnes elles-mêmes ou entre ces dernières et les institutions, tant sur les conflits en temps réel, observés sur les espaces ouverts au public, qu'en temps différé sur sollicitation directe d'un habitant ou d'un partenaire.

03. L'intermédiation entre les personnes et les institutions : établir non seulement les passerelles pour aider les personnes à mieux s'approprier leur environnement, mais aussi porter à la connaissance des institutions, la spécificité de certains publics, que ce soit en raison de leur culture, de leur parcours de vie ou encore de leur situation sociale.

04. La veille sociale et technique : relever les dysfonctionnements et suivre l'évolution des problèmes de la vie quotidienne, afin d'en tirer des éléments d'analyse qui contribuent à

l'expertise sociale du territoire menée avec les partenaires.

05. La mise en relation avec un partenaire : accueillir, analyser et passer le relais aux professionnels dédiés, et si besoin accompagner physiquement les personnes. Une partie de l'activité consiste alors à s'assurer de la réalité et de la continuité de la démarche engagée ou de la prise en charge effective des personnes concernées.

06. La concertation avec les habitants et les institutions : créer les conditions du dialogue entre les habitants et les institutions, en facilitant l'expression de chacun, en faisant remonter et/ou descendre les attentes, les contraintes et les propositions d'amélioration de la vie quotidienne et du cadre de vie.

07. La facilitation de projets collectifs :

encourager et faciliter, voire mettre en œuvre des activités collectives au profit des habitants, en particulier les plus vulnérables, pour prévenir le risque d'isolement et pour améliorer la vie collective. L'objectif est de soutenir l'émergence de projets innovants notamment à l'initiative des habitants.

08. L'information, la sensibilisation et/ou la formation : initier ou participer à des actions de sensibilisations individuelles ou collectives de formation et de diffusion d'information, destinées à l'ensemble des parties prenantes (habitants, partenaires, institutions...) et contribuant à l'évolution positive durable des comportements et des pratiques.

Annexe n°2

Analyse comparative



Document à consulter :

Annexe 2 • Cabinet VERTONE_analyse comparative.pdf

Annexe n°3

Équipements et aménagements de la solution mobile



Documents à consulter :

Annexe 3 • Proposition aménagement triporteur Bordeaux.pdf

Annexe 3 • Aménagement triporteur Bordeaux VF.pdf

Annexe n°4

Exemple d'un outil de reporting

Production d'un outil « coupon d'orientation » transmis à l'utilisateur, qui lui-même le présente au partenaire vers lequel il est orienté par le Pimms Médiation Bordeaux ou le GIP Médiation.



INDICATEURS DE REPORTING

Liste des indicateurs retenus (et pouvant être complétés) :

01. Caractéristiques de la sortie :

- **Date** : format date
- **Horaire** : liste avec les options « matin/midi/après-midi/soirée »
- **Quartier** : liste avec les options « QPV/Non QPV »
- **Lieu** : entrée texte libre ;
- **Typologie** : liste avec les entrées suivantes (une option à choisir) :
 - o « Pieds immeuble ou place publique/marché/abord d'un équipement/proximité transports en commun/autres »
- **Publics ciblés** : liste avec les entrées suivantes (une option à choisir) :
 - o « Jeunes (- de 18 ans)/jeunes adultes (18-25 ans)/Actifs (26-64 ans)/Seniors et retraités (64 ans et+)/Familles/Publics précaires (sans domicile, migrants, etc.)/autres »
- **Type de sortie** : liste généraliste/thématique
- **Thématiques ciblées** : entrée texte libre ; l'idéal étant de reprendre les mêmes intitulés le plus possible pour toutes les séances de médiation abordant la même thématique.

02. Moyens mobilisés pour la sortie :

- **Nombre de médiateurs** (hors partenaires) : entrée nombre
- **Nombre de partenaires** : entrée nombre
- **Durée en heure** : format horaire (2h, 3h, demi-journée, journée)
- **Nom des partenaires mobilisés** : entrée texte

03. Nombre et qualité des publics touchés :

- **Nombre de personnes médiées** : entrée en nombre :
 - o Dont nombre de femmes
 - o Dont nombre d'hommes
 - o Dont âges : (à ajuster)
 - Jeunes (- de 18 ans)
 - Jeunes adultes (19-25 ans)
 - Adultes (25-64 ans)
 - Séniors : + de 65 ans

04. Ventilation thématique ; indicateurs recommandés :

- **Accès à un service public en ligne** (type : CAF, CNAM, CNAV, impôts...)
- **Accès lié à un fournisseur de services** (électricité, gaz, eau, transports en commun téléphone, Internet...)
- **Aide liée aux démarches d'identité ou de nationalité** (passeport, carte d'identité, attestations, titre de séjour...)
- **Aide sur le numérique** (hors accès fournisseur : connexion, adresse mél, prise en main...)
- **Thématique jeunesse** (harcèlement en ligne, e-réputation, usage des réseaux sociaux...)
- **Thématique emploi** (France Travail, CV...)
- **Thématique scolarité** (prise en main de l'ENT, inscription dans un établissement scolaire, à la cantine, dans une association...)
- **Thématique logement, relations avec le bailleur/logeur**
- **Autres accès aux droits**
- **Médiation généraliste**
- **Autres**

Document supplémentaire à consulter :

Annexe 4 • Outil orientation Pimms Médiation Bordeaux.pdf

Annexe n°5

Exemple d'un parcours de formation à l'usage du vélo

•

PRISE EN MAIN D'UN YOKLER



Document supplémentaire à consulter :

Annexe 5 • Formation_vélo cargo médiation.pdf

Annexe n°6

Note de service

Information sur les conditions d'utilisation des vélos électriques
Pimms Médiation Rennes.

•

Document à consulter :

Annexe 6 • Note de service_Conditions utilisation vélos électriques.docx