



Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech

[Dossier] À la rencontre de 8 acteurs et actrices de l'ESS, dont les valeurs et les actions nous inspirent pour imaginer un autre numérique.

1. L'humain au cœur du numérique

Entretien croisé avec Vaïté Leprince-Ringuet (Entourage) et Alice de Ronne (Solinum)




Pour lancer cette série d'articles, on a voulu commencer par le commencement. En bref, pourquoi fait-on du numérique ?

Pour quelle vision, pour quelle mission, pour quel impact ? Car s'il y a bien une chose qu'on ne discute pas dans l'ESS, c'est que ce sont la mission et la finalité qui doivent guider l'ensemble de nos actions.

On est allé en parler avec Vaïté Leprince-Ringuet, responsable produit et relation clients chez Entourage, et Alice de Ronne, responsable innovation chez Solinum – deux acteurs à la croisée du numérique et de la solidarité.

Ce qu'on en a retenu, c'est surtout qu'à leurs yeux, le numérique ne peut pas exister sans une bonne dose d'humain ! C'est peut-être ça, l'inspiration à en tirer : acteurs et actrices de la tech, remettons l'humain au cœur de nos produits.

 **1. L'humain au cœur du numérique**

2. Et si les coopératives étaient l'avenir du numérique ?

Entretien croisé avec Adrien Montagut (Commown) et Anaïs Dubois (TeleCoop)



Impossible de traiter du numérique sans parler des modèles économiques du monde de la tech... eux-mêmes intimement liés aux modèles de gouvernance.

Pour ce deuxième volet, c'est à ces thématiques centrales que nous nous sommes attelés, et notamment aux questions de partage de la richesse et du pouvoir, sur lesquelles le monde de l'ESS a beaucoup à nous apprendre.

Pour cela, on a interrogé Anaïs Dubois, responsable stratégie et partenariats chez TeleCoop, et Adrien Montagut, co-fondateur de Commown – deux coopératives qui opèrent dans le secteur du numérique.

Ce qui nous a marqué chez Adrien et Anaïs, c'est leur attachement à des valeurs puissantes et à des pratiques de gouvernance qui, loin de représenter une contrainte, sont au contraire pour leurs projets respectifs un excellent moyen de remettre du lien avec leurs utilisateurs : une inspiration certaine pour bon nombre de projets tech !

2. Et si les coopératives étaient l'avenir du numérique ?

3. Aidons les utilisateurs et utilisatrices à se ré-appropriier le numérique !

Entretien avec Karl Pineau (Designers Ethiques)



Peut-on encore agir librement et en conscience, dans un univers numérique aux règles édictées par le design persuasif, et aux rouages souvent opaques ?

Pourrait-on dans la tech, en s'inspirant de l'ESS, rester libre de choisir à quoi l'on adhère ?

Pour creuser ces questions, on s'est adressé à Karl Pineau, enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication, et co-fondateur de l'association Designers Ethiques.

On y a découvert de belles initiatives, qui montrent qu'il est possible de redonner du pouvoir d'agir et de l'autonomie aux utilisateurs et utilisatrices du numérique. On y a surtout compris l'importance de faire prendre conscience des enjeux éthiques du numérique aux professionnels de la tech.

3. Aidons les utilisateurs et utilisatrices à se ré-appropriier le numérique !

4. La forme de nos choix : numérique & libre-arbitre

Entretien avec Estelle Hary (CNIL)



Allez, on vous emmène faire un détour du côté de l'écosystème public.

Après une interview ([à retrouver ici](#)) sur les enjeux éthiques du numérique, on a eu envie de creuser plus loin cette histoire de choix libre et conscient, et de mieux comprendre ses implications.

Nous voilà donc à la rencontre d'Estelle Hary, qui a été désignée à la CNIL pendant sept ans, pour partager ses apprentissages en matière de libre-arbitre dans le numérique !

On a discuté de la manière dont le droit encadre les pratiques autour des données numériques mais aussi de la nécessité pour les designers d'être acteurs du sujet ! Surtout, on a découvert moult exemples et bonnes pratiques pour remettre les communautés au cœur de la gouvernance de leurs données ; un clin d'œil tout particulier à la notion de "remettre l'humain au cœur de l'économie", prônée par le secteur de l'ESS.

[4. La forme de nos choix : numérique & libre-arbitre](#)

5. Du foncier au numérique : quand la mutualisation prend tout son sens

Entretien avec Louis Pénisson (La Caserne Bascule) & découverte de SCANI



Les logiques de mutualisation sont souvent au cœur du développement des outils numériques – notamment open-source, mais pas seulement.

Dans l'ESS aussi, mutualiser des biens et des ressources dans une optique d'entraide et de sobriété, c'est une habitude bien ancrée. Et si cette démarche de mutualisation pouvait aller encore plus loin dans le numérique ?

C'est le sens de notre échange avec Louis Pénisson, co-fondateur du tiers-lieux La Caserne Bascule, et utilisateur de la coopérative SCANI, un fournisseur d'accès à internet local et alternatif.

Qu'il s'agisse de mutualisation à l'échelle d'un bâtiment, d'une ville, d'un territoire ; pour du foncier, de la mobilité ou du numérique ; une évidence revient : pour réussir, il faut expérimenter, et beaucoup communiquer. Et puis, si on mutualise, c'est pour réduire notre consommation, mais surtout pour le plaisir de partager des choses dans un rapport autre que commercial : dans l'ESS comme dans le numérique, c'est vital !

[5. Du foncier au numérique : quand la mutualisation prend tout son sens](#)

6. Manifeste pour un numérique ultra-localisé

Entretien avec Jean Karinthi (L'Hermitage)



Penser global, agir local : que peut bien tirer le monde du numérique de cette maxime ?

À l'heure de l'ultra-mondialisation et de l'ultra-connexion, les acteurs et actrices de la tech ont-ils encore à apprendre des dynamiques locales portées par l'ESS dans les territoires ?

Il semblerait que oui !

Pour comprendre comment le numérique peut se concevoir à l'échelle locale, on a suivi Jean Karinthi à l'Hermitage – un tiers-lieux d'innovation rurale, qui pense la tech au premier kilomètre.

Notre apprentissage préféré de cet échange, outre la conviction que le futur se jouera avec des cercles de proximité et de résilience plutôt qu'avec de larges infrastructures globalisées, c'est qu'on n'est pas obligé d'opposer la tech et le vivant : on peut passer une matinée en FabLab et une après-midi en forêt dans la même journée !

6. Manifeste pour un numérique ultra-localisé

Articles par l'association Latitudes – Entretiens réalisés par Soizic Pénicaud

Avec le soutien de la Fondation Crédit Coopératif



1. L'humain au cœur du numérique

Entretien croisé avec Vaïté Leprince-Ringuet (Entourage) et Alice de Ronne (Solinum) – Juin 2023



Pour lancer cette série d'articles, on a voulu commencer par le commencement. En bref, pourquoi fait-on du numérique ?

Pour quelle vision, pour quelle mission, pour quel impact ? Car s'il y a bien une chose qu'on ne discute pas dans l'ESS, c'est que ce sont la mission et la finalité qui doivent guider l'ensemble de nos actions.

On est allé en parler avec Vaïté Leprince-Ringuet, responsable produit et relation clients chez Entourage, et Alice de Ronne, responsable innovation chez Solinum – deux acteurs à la croisée du numérique et de la solidarité.

Ce qu'on en a retenu, c'est surtout qu'à leurs yeux, le numérique ne peut pas exister sans une bonne dose d'humain ! C'est peut-être ça, l'inspiration à en tirer : acteurs et actrices de la tech, remettons l'humain au cœur de nos produits.

Pourriez-vous me présenter vos structures respectives et votre rôle ?

Vaïté : Entourage, c'est une association créée en 2015 qui vise à **mettre la tech au service du lien social et de la remise en réseau des personnes exclues**. Elle vise particulièrement à outiller les inclus pour leur permettre d'aller à la rencontre des exclus et être eux-mêmes transformés par la rencontre.

On a deux piliers d'activité : l'inclusion sociale, avec la communauté et l'app Entourage, qui combinent terrain et numérique, et qui permettent à chacun de trouver des groupes de voisins qui mélangent inclus et exclus, des activités, des événements, des contenus de sensibilisation, etc., pour aider à aller à la rencontre des personnes qui sont un peu différentes de nous. **D'autre part, on**



Vaïté Leprince-Ringuet, responsable produit et relation clients chez Entourage

a lancé en 2019 le volet inclusion professionnelle avec la plateforme et le programme **LinkedOut**, qui visent la remise en réseau des personnes exclues du marché de l'emploi.



Alice de Ronne, responsable innovation chez Solinum

Alice : **Solinum** est une association qui existe depuis 2016. Ça veut dire “**solidarité numérique**”, et ça naît du fait que c'est très compliqué d'orienter les personnes vers les services adaptés aux besoins. Avec le **Soliguide**, on **réfère toutes les structures de l'action sociale** : urgence sociale, alimentation, accès aux soins, accès aux droits, conseils administratifs, insertion professionnelle, aide à la mobilité, etc. **On a aujourd'hui 30 départements couverts, plus de 65 000 services référencés, et 1 800 000 recherches en 2022.** En 2024, on va couvrir toute la France, avec un focus sur l'aide alimentaire.

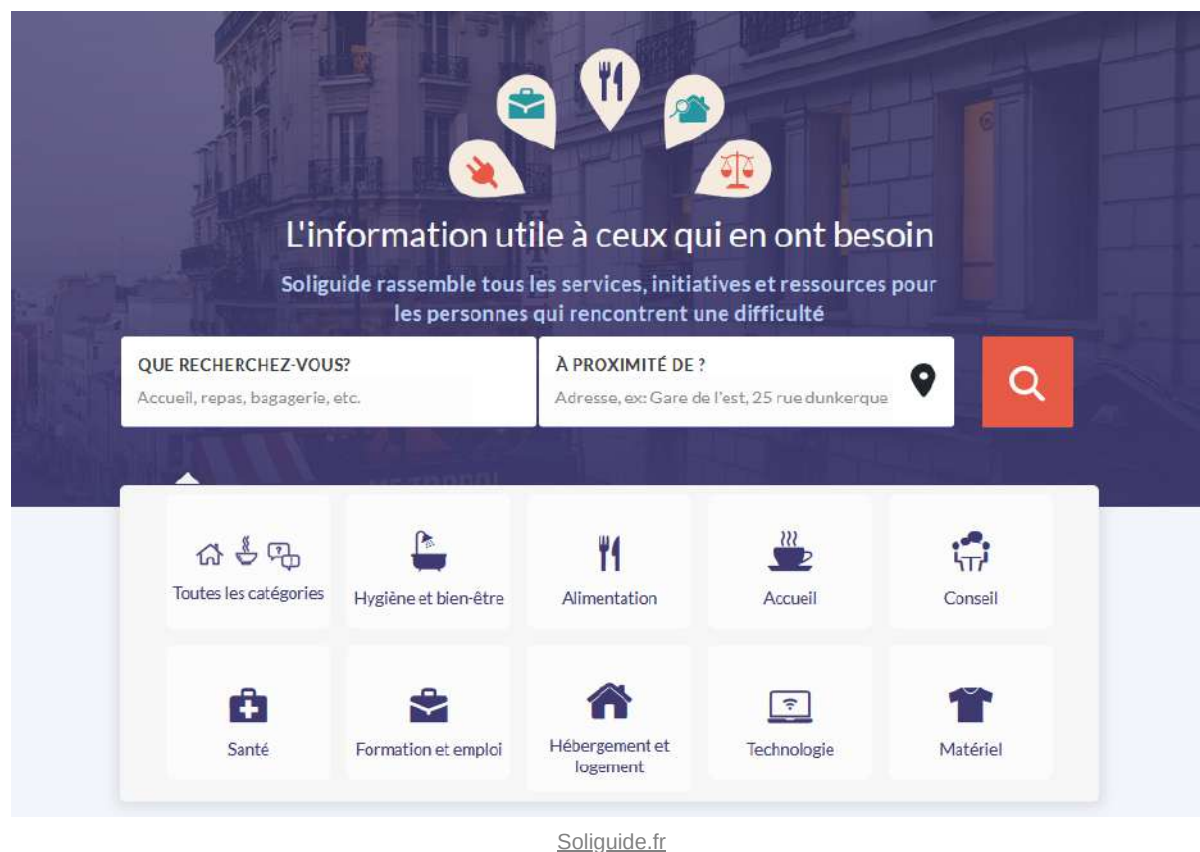
On s'adresse à tous les publics. Dans un premier temps, les publics qui ont affaire au Soliguide sont les publics en situation de très grande précarité et d'exclusion. Ça peut être des familles au RSA qui auraient des besoins complémentaires dans le mois, des personnes LGBT qui sont virées de chez elles le matin et qui ont besoin de trouver quelque chose en urgence, etc. **Aujourd'hui on a une cartographie pleine de l'action sociale et de la solidarité en France. Grâce aux données, on sait aussi dire quelle zone n'est pas couverte, où sont les services les plus demandés.** D'ailleurs, on échange nos données avec Entourage puisqu'on a un partage d'API avec tous les autres outils qui font aussi du lien social.

Comment le monde de la solidarité a su se saisir du numérique pour venir en complément des actions terrains déjà menées ? Autrement dit, qu'est-ce que le numérique a permis de faire en plus, ou autrement, dans vos structures ?

On utilise le numérique pour être plus efficaces dans notre façon de faire et plus accessibles.

Alice : Chez Solinum, ça répond clairement au besoin d'être efficace. **On utilise le numérique pour être plus rapide, plus efficaces dans notre façon de faire et plus accessibles.** Aujourd'hui, notre plateforme est **traduite en plus de huit langues, accessible via des chats** où on peut communiquer avec nous, via WhatsApp et via SMS. Elle se traduit aussi sous format papier : les acteurs peuvent ressortir des données et les imprimer pour les distribuer.

Maintenant, on a toujours un humain derrière la plateforme. Sur chaque département, on a une personne qui se charge de faire le lien avec les acteurs, de les rencontrer, de les enregistrer sur la plateforme, de les former à l'utilisation de l'outil. C'est le numérique, mais jamais sans humain non plus.



Vaïté : L'apport principal du numérique, c'est de nous permettre de faire autrement que les acteurs traditionnels de la solidarité, et d'être complémentaires de leur action. Ce n'était pas l'objet des acteurs traditionnels d'outiller tous les inclus à aller à la rencontre des personnes exclues et de créer du lien social. Entourage est sur un périmètre radicalement différent, **je dirais qu'on est beaucoup plus horizontal** : on est une plateforme digitale où tout le monde est un utilisateur de la plateforme, un membre d'une communauté, par rapport à un système traditionnel avec des organisateurs, des bénévoles et des bénéficiaires. **C'est le fait d'être un projet numérique à la base qui crée cette possibilité** d'horizontalité.

On est beaucoup plus horizontal [que les acteurs traditionnels de la solidarité]. C'est le fait d'être un projet numérique à la base qui crée cette possibilité d'horizontalité.

Il y a un deuxième aspect où la tech permet de faire plus, c'est qu'on peut être en continu dans la vie de la personne, incluse ou exclue, puisqu'il suffit qu'elle ait son téléphone dans sa poche pour poster

des messages sur Entourage et tout de suite avoir des voisins qui commentent et qui répondent : ça apporte une présence beaucoup plus continue autour de chaque personne. **Troisièmement, on donne de la visibilité à certaines formes d'exclusion** qu'on décèlerait beaucoup moins sans la tech. Ça peut être une personne qui dit "je me sens seule" : ces messages qui expriment un besoin de faire des rencontres, ce n'est pas ce qu'on a en tête en premier.

[La tech] donne de la visibilité à certaines formes d'exclusion qu'on décèlerait beaucoup moins sans.

Quand on pense à une personne SDF, on pense d'abord qu'elle a faim, froid, besoin d'aide, besoin de vêtements, parce que **son panneau ne dit pas "je me sens seule"**. Là, ça donne une vraie visibilité à ce besoin fondamental. Ça donne aussi une visibilité à l'exclusion des personnes qui ne sont pas dans la rue mais qui sont en fait très isolées, qui sont par exemple hébergées en centre d'accueil ou n'ont pas d'amitiés.

Vous l'avez mentionné, l'humain reste très important dans vos actions. Quelle est la place réelle du numérique ?

Alice : **L'humain est ultra important pour nous.** Le gros problème des plateformes numériques qui font un travail de référencement, c'est qu'elles vont tenir un an ou deux, et qu'après **l'information va devenir obsolète**. On se rend pas compte qu'**une base de données, c'est aussi énormément de gestion**, que ça demande un accompagnement auprès des utilisateurs, qu'il faut aller sur le terrain rencontrer tout le monde, leur dire que ça existe, qu'ils peuvent se mettre à jour eux mêmes !

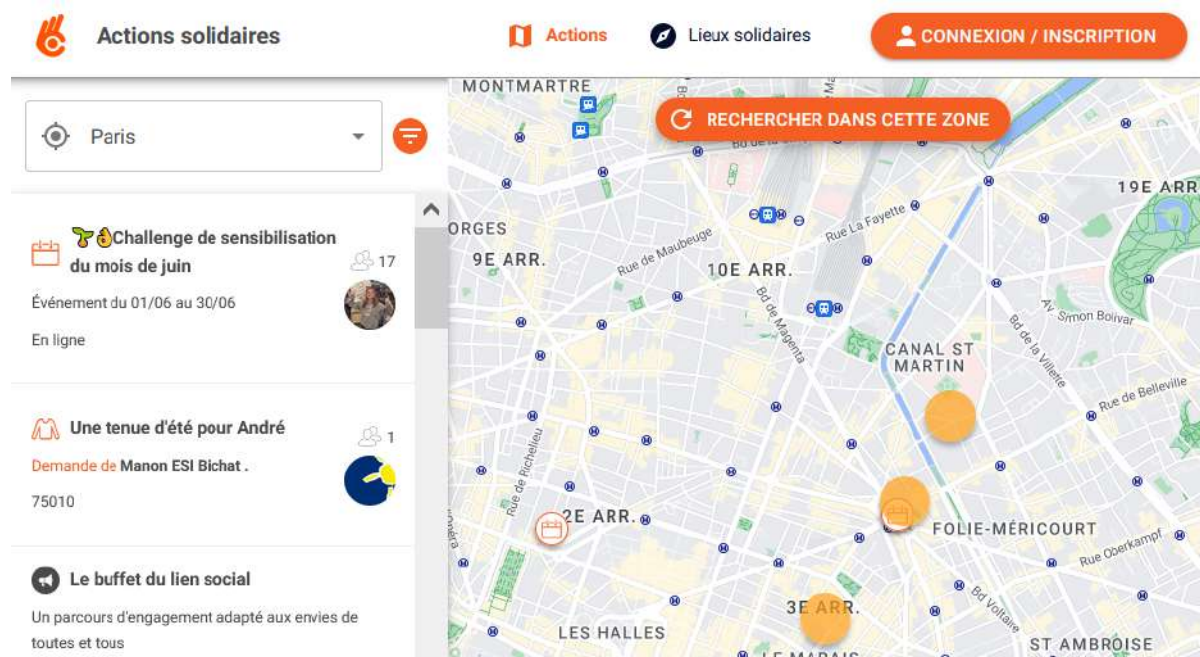
La plateforme numérique doit aussi répondre à un besoin. **On ne peut pas juste copier-coller une plateforme numérique [dans un nouveau département] sans repenser la manière dont on doit la mettre à disposition.** Donc nous, quand on arrive dans un département, on ouvre une antenne pour déployer cet outil-là. On met tous les acteurs autour de la table et on leur demande : "OK, c'est quoi votre besoin?" **Sinon, ils ne vont jamais utiliser l'outil. C'est là où l'humain est primordial.**

On ne vous donne pas qu'une plateforme numérique qui roule toute seule. Il y a vraiment un gros travail de dentelle derrière.

Derrière Soliguide, il y a 33 salariés. Parfois les personnes ne se rendent pas compte, on a même des gens qui disent "déployer Soliguide, c'est un peu cher", parce qu'on ne se rend pas compte qu'en fait, non, **on ne vous donne pas qu'une plateforme numérique qui roule toute seule. Il y a vraiment un gros travail de dentelle** derrière.

Vaïté, c'est même dit sur le site d'Entourage que "l'outil n'est pas une fin en soi, bien au contraire"...

Vaïté : C'est vrai qu'une des choses qui différencie Entourage, c'est toujours de réfléchir à comment les évolutions de la tech peuvent se mettre au service du lien social. J'ajouterais que **chez Entourage, aucun des salariés ne fait que du terrain ou que du digital**. Par exemple, dans les profils plus tech et produits, on est en permanence à la rencontre des membres de la communauté qui vont utiliser les produits. Inversement, les personnes qui, d'après leur fiche de poste, font davantage de terrain, vont toujours utiliser le digital, pour les opérations ou pour augmenter la visibilité de leurs actions.



Entourage.social

Une dernière chose : **chez nous, il y a un sujet chaud qui est la modération**. Entourage est tenue, comme n'importe quel acteur de la tech, de réagir en cas de problème vis-à-vis des contenus qui sont publiés sur la plateforme. On doit donc être **hyper réactifs sur les signalements** des utilisateurs, lire tous les contenus qui sont postés, supprimer ce qui pose problème et intervenir en dialoguant avec l'utilisateur qui a posté ces contenus problématiques.

Notre objectif, ce sera toujours de garder des modérateurs et animateurs de communauté humains dans l'app.

Je disais qu'Entourage ouvre l'oreille pour écouter les opportunités nouvelles de la tech : en ce moment, **on entend beaucoup parler d'intelligence artificielle**. Ça pourrait avoir un impact sur la modération, mais **notre objectif, ce sera toujours de garder des modérateurs et animateurs de communauté humains** dans l'app : peut-être qu'une partie de leur travail sera délégué à des logiciels de reconnaissance d'images ou de textes, mais c'est pour qu'ils se concentrent mieux sur leur mission qui est d'être dans la facilitation des relations entre les utilisateurs.

Vous développez des outils qui touchent des publics auxquels le monde de la tech s'intéresse généralement peu. À quoi faut-il faire attention quand on développe pour et avec ce genre de publics ? Quelles sont les bonnes pratiques ?

Vaïté : Pour Entourage, c'est une question pertinente, d'une part parce qu'on est tenu à des normes de **respect des données personnelles et des données sensibles** avec lesquelles on peut vraiment être en contact, par exemple quand un candidat LinkedIn nous parle de sa vie passée ou qu'une personne dans la rue émet des besoins sur la plateforme Entourage.

Nos équipes "produit" sont sur-développées, parce que pour toute nouvelle fonctionnalité ou nouveau produit digital, on est obligé de sur-valider le besoin avec les personnes vulnérables.

Ça va aussi un peu plus loin ; Alice le disait tout à l'heure, c'est essentiel de ne pas juste balancer un outil tech, mais de faire quelque chose qui réponde aux besoins les plus essentiels de la personne. Pour ça, je dirais qu'en comparaison à une équipe habituelle, **nos équipes "produit" sont sur-développées par rapport à notre nombre de développeurs**, parce que pour toute nouvelle fonctionnalité ou nouveau produit digital, on est obligé de **sur-valider le besoin avec les personnes vulnérables**.

Le comité de la rue d'Entourage, sont des anciens de la rue qui se réunissent toutes les deux semaines et éclairent toutes les décisions opérationnelles de l'association, notamment les aspects digitaux.

En plus, on demande à nos dev [développeurs, ndlr] d'avoir un regard sur l'utilité de ce qu'ils codent. On leur demande de participer à la vie de l'association, aux communautés digitales, aux événements terrain. Dans chaque fonctionnalité qu'on écrit, on essaye de bien expliquer son utilité sociale. Quand une fonctionnalité est plutôt pensée pour les exclus, **on a le comité de la rue d'Entourage qui est un membre vraiment très important de l'équipe.** Ce sont des anciens de la rue qui se réunissent toutes les deux semaines et éclairent toutes les décisions opérationnelles de l'association, notamment les aspects digitaux.

On sait qu'on ne ressemble pas à nos utilisateurs cibles. A part le comité de la rue, dans l'équipe Entourage, on est plutôt des inclus, on n'a pas nous-mêmes connu l'exclusion. D'autre part, comme on travaille chez Entourage, on est très hautement sensibilisé : il faut se mettre dans la peau des inclus qui n'ont pas encore cette sensibilisation, **on ne peut pas juste développer nos produits en imaginant que l'utilisateur est comme nous.** On doit donc absolument associer nos utilisateurs à toutes les étapes, avec une approche très riche en tests utilisateurs, enquêtes auprès de la communauté, "focus groups" [groupes de discussion, ndlr], etc. On essaye de s'inspirer au maximum de l'approche "design thinking" pour **construire avec et pas juste pour.**

Alice : Côté Solinum, c'est très **co-construit avec tous les utilisateurs**. L'outil est principalement utilisé par les acteurs de la solidarité : on a deux tiers d'utilisation par les professionnels et bénévoles de l'action sociale, et un tiers côté bénéficiaires directs. Pour chaque déploiement de l'outil territorial, on a toute une méthodologie de travail où on va **solliciter les acteurs de l'action sociale pour identifier les besoins sur le territoire**, et **solliciter le public en situation de précarité** grâce à des "focus groups", pour retravailler notre outil et surtout sa traduction.

Dans l'action sociale, on a des termes qui sont franchement impossibles à comprendre, des acronymes de tous les côtés. Nous, on doit repenser tout ça pour le traduire et qu'il soit accessible concrètement par les personnes.

Dans l'action sociale, on a des termes qui sont franchement impossibles à comprendre, des acronymes de tous les côtés. Quand le conseil départemental nous demande par exemple d'ajouter le SIAE, qui est un service d'inclusion par l'emploi, on répond "mais le public ne connaît pas ce service". **Nous, on doit repenser tout ça pour le traduire et qu'il soit accessible concrètement par les personnes, tout en satisfaisant aussi les acteurs de la solidarité qui ont leur propre méthodologie de travail** depuis 30, 60, parfois 100 ans, avec des termes qu'ils connaissent depuis longtemps.

En fait, **on a des utilisateurs et utilisatrices ultra variées**, qui sont autant un conseil départemental ou une petite unité locale de la Croix-Rouge qu'une personne à la rue à la recherche d'une distribution alimentaire. Il faut à la fois satisfaire tous ces utilisateurs et faire beaucoup de sensibilisation sur ces sujets, parce qu'on souhaite que l'outil soit utilisable facilement. Aujourd'hui, ce n'est pas encore le cas, on essaye de s'améliorer. **Le numérique nous permet ça, mais il faut beaucoup de moyens.**

Vous avez cité beaucoup de bonnes pratiques. En quoi ça pourrait inspirer le monde de la tech au sens plus large ?

Vaïté : Je pense qu'une **raison pour laquelle l'entourage est un app et pas une page sur un groupe Facebook**, c'est qu'on a des capacités de modération et d'animation de la communauté qui sont beaucoup plus riches et permettent d'outiller les inclus pour échanger avec les personnes les plus exclues.

Pour moi, on fait partie du monde de la tech. Si on pouvait être aussi efficaces que les géants de la tech, ce serait merveilleux aussi. Parce que ce qui compte, c'est la vision qu'on a et la mission qu'on porte.

Quand il y a des conflits ou des incompréhensions entre les utilisateurs, **on a une capacité de facilitation qui va beaucoup plus loin que celle de Facebook**. Bien sûr, les enjeux de modération des géants de la tech sont un peu différents des nôtres, mais peut-être qu'ils pourraient s'inspirer de ça pour éviter certains climats toxiques qui ont pu se développer sur leurs plateformes.

Alice : Après, **pour moi, on fait partie du monde de la tech**, et c'est peut-être là aussi qu'il y a un coup à jouer : finalement on est des gros techos qui faisons juste un travail pour le bien commun et l'intérêt général. (rires) Et donc **c'est peut-être là où ça pourrait inspirer le monde de la tech : sur la vision et le besoin utilisateur concret, pour répondre au bien commun**. Maintenant, nous, on s'inspire aussi beaucoup d'eux sur le fonctionnement des développements. Si on peut mettre de l'intelligence artificielle quelque part parce que ça répond concrètement à un besoin, on le fera. Aujourd'hui, ce n'est pas le cas, mais voilà, **si on pouvait être aussi efficaces que les géants de la tech, ce serait merveilleux aussi. Parce que ce qui compte, c'est la vision qu'on a et la mission qu'on porte.**

Vous êtes des structures associatives. De facto, vous avez moins de moyens que des entreprises classiques. Est-ce que ça vous pousse à faire des choix plus conscients et plus responsables sur les fonctionnalités à développer ?

Alice : Complètement, c'est d'ailleurs notre leitmotiv. **Si on dépense 1 000€ quelque part et qu'on se rend compte qu'on aurait mieux fait de le donner à quelqu'un directement pour qu'il en fasse ce qu'il veut, c'est qu'on s'est vraiment planté.** Pour nous, si on dépense 1 000€ quelque part, il faut que ça en vaille en fait 10 000€ tellement on a été efficace. Et ça n'empêche qu'on fait aussi des erreurs sur l'utilisation des financements. Par contre, **dès qu'on met en place quelque chose, on l'expérimente, on mesure, on est ultra-cadré sur l'impact que ça a.** On est aussi financé par de l'argent public, qui est un milieu surveillé financièrement (et c'est très bien et très important), ça nous impose aussi d'être rigoureux.

Vaïté : Je rejoins ce qu'a dit Alice. Évidemment, **ça nous arrive aussi d'apprendre que la fonctionnalité qu'on a livrée n'était pas parfaite, mais on n'a jamais livré la fonctionnalité gadget.** Et puis, **si une fonctionnalité n'a pas marché, on essaie de faire un post-mortem [examen d'un échec, ndlr], de comprendre pourquoi.** Finalement, ça va nous aider à optimiser notre process et les fonctionnalités suivantes.

Si on dépense 1 000€ quelque part et qu'on se rend compte qu'on aurait mieux fait de le donner à quelqu'un directement pour qu'il en fasse ce qu'il veut, c'est qu'on s'est vraiment planté.

Ce qu'on propose, c'est une vision de société différente, où les inclus et les exclus se rencontrent. Et ça, je pense que ça ne se compte pas en années d'espérance de vie.

Alice : En 2022, on a fait une mesure d'impact "SROI" (Social Return On Investment) : **en mesurant toutes les dépenses de Solinum et tous les impacts obtenus, le gain d'un outil numérique comme le nôtre, c'est 1,93€ gagné pour 1€ dépensé.** Et, encore on a été très rigoureux : on a une version qui nous dit qu'on fait gagner 3€, mais on a choisi le budget le plus serré pour pouvoir être plus proche de la réalité.

Vaïté : C'est intéressant ! Pour l'instant, chez Entourage, on mesure davantage sur des paramètres déclaratifs, par exemple "80% des exclus parmi les 1000 sondés par Entourage ont répondu que ça avait significativement amélioré leur sentiment d'inclusion". Pour l'instant, **on est très loin d'aller quantifier l'espérance de vie gagnée pour les personnes de la rue** qui utilisent Entourage, comme le ferait un programme de santé publique par exemple. Ce n'est pas notre but en soi d'avoir ce type de donnée. Par contre, **ce qu'on propose, c'est une vision de société différente, où les inclus et les exclus se rencontrent**. Et ça, je pense que ça ne se compte pas en années d'espérance de vie.



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretiens réalisés par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)



2. Et si les coopératives étaient l'avenir du numérique ?

Entretien croisé avec Adrien Montagut (Commown) et Anaïs Dubois (TeleCoop) – Juin 2023



Impossible de traiter du numérique sans parler des modèles économiques du monde de la tech... eux-mêmes intimement liés aux modèles de gouvernance.

Pour ce deuxième volet, c'est à ces thématiques centrales que nous nous sommes attelés, et notamment aux questions de partage de la richesse et du pouvoir, sur lesquelles le monde de l'ESS a beaucoup à nous apprendre.

Pour cela, on a interrogé Anaïs Dubois, responsable stratégie et partenariats chez TeleCoop, et Adrien Montagut, co-fondateur de Commown – deux coopératives qui opèrent dans le secteur du numérique.

Ce qui nous a marqué chez Adrien et Anaïs, c'est leur attachement à des valeurs puissantes et à des pratiques de gouvernance qui, loin de représenter une contrainte, sont au contraire pour leurs projets respectifs un excellent moyen de remettre du lien avec leurs utilisateurs : une inspiration certaine pour bon nombre de projets tech !

Commençons par les présentations. Pourriez-vous nous en dire plus sur vos coopératives respectives ?



Adrien Montagut, co-fondateur et responsable communications et affaires publiques chez Commown

Commown travaille à lutter contre l'obsolescence programmée, en proposant à la location avec services sans option d'achat des appareils électroniques (smartphones, ordinateurs, casques, tablettes) plus réparables et plus vertueux. Les services vont de la prise en charge des pannes jusqu'au renouvellement de la batterie, en passant par les casses, les vols, l'installation de systèmes d'exploitation alternatifs, et cetera.



Anaïs Dubois, responsable stratégies et partenariats chez TeleCoop

TeleCoop est un opérateur mobile : on propose des forfaits mobiles à destination des particuliers et des professionnels. Pourquoi ? Parce qu'on considère que l'opérateur mobile est une vraie porte d'entrée vers un numérique plus responsable. On accompagne nos abonnés à la reprise en main de leur vie numérique, en les sensibilisant sur la consommation de données mobiles, mais aussi sur l'allongement de la durée de vie de leurs équipements et sur l'impact sociétal, sanitaire et environnemental du numérique.

Vos entreprises respectives sont toutes les deux des coopératives. Comment fonctionne une coopérative ? Quelles sont les valeurs qui vous tenaient à cœur dans le choix de ce modèle ?

Anaïs : Nous, on est une société coopérative d'intérêt collectif, c'est-à-dire que **toutes nos parties prenantes peuvent devenir sociétaires, que ce soit nos abonnés, nos partenaires, nos fournisseurs**. Les salariés peuvent devenir sociétaires quel que soit le montant qui y est investi. Le principe, c'est qu'**une personne égale une voix, ce qui permet d'avoir une vraie gouvernance partagée**. Dans le cas de TeleCoop, par exemple, on est presque 1200 sociétaires actuellement, donc ça permet de prendre les décisions stratégiques en commun.

Dans le cas de TeleCoop, par exemple, on est presque 1 200 sociétaires actuellement, donc ça permet de prendre les décisions stratégiques en commun.

Adrien : C'est **un modèle qui s'inscrit en défaut du modèle capitaliste** dans lequel on est engagé actuellement, qui tend à voir la rémunération du capital comme seule finalité des entreprises, sans aucune prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux, dans une forme de déni de démocratie où les personnes, qu'elles soient salariées ou consommatrices d'une structure, n'auront aucune prise sur les décisions stratégiques de la vie de l'entreprise.

Pour lancer notre structure, on ne voyait pas d'autre forme que celle de la société coopérative d'intérêt collectif. Elle permet vraiment, comme l'expliquait Anaïs, de rassembler les différentes parties prenantes autour d'une vision commune dans un même objectif, et de garantir que l'intérêt collectif prime devant le profit. **La structure a une vocation à être rentable et dégager de la marge pour pouvoir ensuite se développer, mais ce n'est absolument pas la clef de voûte.**

C'est un modèle qui s'inscrit en défaut du modèle capitaliste, qui tend à voir la rémunération du capital comme seule finalité des entreprises.

Anaïs : Et il y a quand même des garde-fous à la lucrativité. Nos structures sont à lucrativité limitée, c'est à dire que si on fait des profits records, on ne peut pas rémunérer nos sociétaires avec des montants records, on doit les réinvestir dans l'entreprise. On a aussi des garde-fous dans nos statuts sur les différences de salaires. Chez TeleCoop, les différences de salaire sont statutaires avec un écart de 1 à 5.

Adrien : Ce qui est aussi important, c'est que c'est une façon d'entreprendre qui est très structurante et qui n'est vraiment pas dépendante des personnes qui portent l'entreprise. Aujourd'hui, nous sommes 4 cofondateurs. S'il nous arrive un accident regrettable ou si, pour x raison, on en vient à vouloir aller faire d'autres trucs, on peut partir tranquille, **on sait que la structure ne peut pas être dévoyée de sa mission et de son statut d'origine**. On peut faire en sorte de rendre très complexe la sortie des statuts coopératifs. C'est vraiment différenciant par rapport à un tas d'autres formes d'entreprises qui peuvent soit se faire racheter, soit qui vont dépendre de la vision d'avant-gardistes, du dirigeant.

L'une des valeurs des coopératives est la plus juste répartition des richesses et du pouvoir, via notamment le principe "une personne égale une voix". Quels bénéfices voyez-vous à ce fonctionnement ?

Adrien : Le bénéfice direct d'une personne égale une voix, **c'est qu'on ne peut pas se faire acheter**. Si Amazon arrive et veut nous racheter en mettant 200 millions sur la table, ils ont autant de pouvoir décisionnel que ma tante qui a mis 20 euros.

Anaïs : "Une personne égale une voix", on pense que c'est un principe facile. Mais en fait, dans toutes les autres structures, on dépend de combien on a mis de parts sociales ou d'actions ; on est tout de suite lié à notre pouvoir d'investissement. Là, non, **on est reconnu comme une personne et un citoyen et c'est hyper fort**.

Si Amazon arrive et veut nous racheter en mettant 200 millions sur la table, ils ont autant de pouvoir décisionnel que ma tante qui a mis 20 euros.

Parfois ça choque certaines personnes de se dire que, comme tu viens de le dire Adrien, ta tante qui a mis 20€ prendra des décisions autant éclairées qu'une personne qui a mis 10 000, 20 000, 100 000€ sur la table. Tout ça, c'est aussi parce qu'il y a **une transparence de nos comptes auprès de nos sociétaires qui fait qu'ils peuvent prendre des décisions stratégiques et éclairées**.



TeleCoop – Source : [Futura](#)

Est-ce que vous avez un exemple concret d'un moment où ce type de gouvernance a été utile pour la stratégie ?

Anaïs : On fait des réunions de concertation tous les deux mois avec nos sociétaires, où on invite nos sociétaires en visio et on les consulte sur un sujet. Aujourd'hui, on a presque 1 200 sociétaires. **On les inclut dans toute la stratégie TeleCoop** : ils ont une vision et une transparence sur nos comptes, on discute avec eux de nos nouvelles offres. Et du coup, ils deviennent finalement des ambassadeurs. Les 1 200 ne deviennent pas tous des ambassadeurs, on en a conscience. Mais **le pourcentage de personnes qui se sentent appartenir au projet est quand-même beaucoup plus important que sur une entreprise classique.**

Ça nous permet aussi d'avoir des retours hyper qualitatifs, parce que **les gens prennent le temps de nous donner leurs retours**. Par exemple, on a lancé une enquête de satisfaction auprès de nos 6000 abonnés. Certes, on est passés par un outil libre qui bloquait à 1000 réponses. Mais on a eu ces 1000 réponses en seulement quatre jours, sur 6000 abonnés. Et notre enquête de satisfaction avait une cinquantaine de questions, on n'a pas été très très sympa ! (*rires*) C'est aussi le fait de s'être créés avec cette structure-là qui crée cette dynamique-là.

Le pourcentage de personnes qui se sentent appartenir au projet est beaucoup plus important que sur une entreprise classique.

Vous avez mentionné la transparence des comptes, la transparence des décisions. C'est vrai que dans le monde du numérique, il y a souvent plutôt une grande opacité. Selon vous, pourquoi y a-t-il une telle opacité ?

Anaïs : C'est mon avis personnel, mais il y a tellement eu d'argent mis dans les startups de la tech, avec des levées de fonds records et des choses qui n'avaient plus de sens, que publier des comptes avec des résultats négatifs, ça montre qu'il y a eu une espèce de surenchère, un déséquilibre entre les levées de fonds et ce qu'elles faisaient réellement. Et chez les GAFAM ? Ils ne payent pas leurs impôts ! Ils ne vont pas être transparents sur leurs bénéfices, sur ce qu'ils font de nos données personnelles et sur combien ils les valorisent, vu qu'ils ne payent pas leurs impôts et qu'ils ont des pratiques particulièrement douteuses.

Si les gens savaient comment c'est fait, ils arrêteraient de l'acheter.

Adrien : C'est pas être complotiste que de dire **l'opacité c'est le meilleur moyen d'avoir des pratiques soit illégales, soit non éthiques** ; force est de constater qu'un certain nombre d'occurrences nous le prouvent. Je pense aussi à un proverbe qui dit "si les gens savaient comment c'est fait, ils arrêteraient de l'acheter". En tant qu'utilisateur d'un service, j'estime être en droit de connaître combien les gens dégagent de salaire, de pouvoir, parce que je souscris au service.

Vous, au contraire, vous engagez pour la transparence. Comment mettez-vous concrètement en œuvre cette transparence ? Quels en sont les bénéfices ?

Anaïs : On essaye d'être hyper vulgarisateur avec nos comptes. On va mettre des explications sur chaque ligne pour que les gens s'approprient vraiment des comptes de résultat, ce qui n'est pas forcément le métier ni la facilité de tout le monde. Et après, on peut prendre des décisions sur, par exemple, est ce qu'on va plutôt travailler sur rémunérer un petit peu plus nos salariés pour rester compétitifs sur le marché et ne pas perdre nos salariés, faire des offres moins chères et essayer de réduire nos abonnements, ou faire un petit peu des deux. Grâce à cette transparence vis-à-vis de nos sociétaires, on peut prendre la décision avec eux.

Adrien : La transparence est aussi un gage de sincérité. Sur notre site web, on a pris le parti d'afficher à la fois ce dont on est fier et ce sur quoi on a besoin de progresser. Et c'est important de ne pas non plus toujours se vendre comme le meilleur. **Il y a toujours des marges de progression et il faut pouvoir les afficher sans scrupule.** Et ça, pour le consommateur ou pour la personne qui cherche une solution, c'est un élément très fort, je pense. Et puis la transparence, ça se traduit par l'accès aux comptes, mais aussi tout simplement par : "est ce que quand j'arrive sur un site web, je suis capable de télécharger

Sur notre site web, on a pris le parti d'afficher à la fois ce dont on est fier et ce sur quoi on a besoin de progresser.

les statuts juridiques de l'entreprise?". Si c'est le cas, c'est vraiment un truc de ouf.

Anaïs : Au sujet des comptes, on a les comptes détaillés qui sont publiés à nos sociétaires, mais on publie aussi nos comptes au registre du commerce, ce que la majorité des PME ne fait pas, en payant l'amende à la place. Donc quand tu vas sur societe.com, tu vois nos comptes. Ils sont certes très résumés, mais tu vois notre résultat.

Ces valeurs-là et les actions que vous mettez en œuvre, elles sont novatrices, d'autant plus dans vos secteurs respectifs qui concernent des marchés de masse. Quelles difficultés rencontrez-vous par rapport à ça ? Comment y faites-vous face ?

Anaïs : Une difficulté que je vois, c'est celle de faire des levées de fonds. Parce que les investisseurs, quand on leur dit "une personne égale une voix", ça ne leur va pas. Il n'y a aucun fonds d'investissement, même des fonds d'investissement à impact, qui vont vouloir investir dans une société telle que la nôtre. **La parade qui a été trouvée, c'est la levée de fonds en titres participatifs.** Les titres participatifs, c'est un appareil financier qui permet à des citoyens d'investir [*sans modifier la composition du capital, ndlr*]. On va voir comment ça va se passer, car on fait une levée de fonds à la fin de l'année.

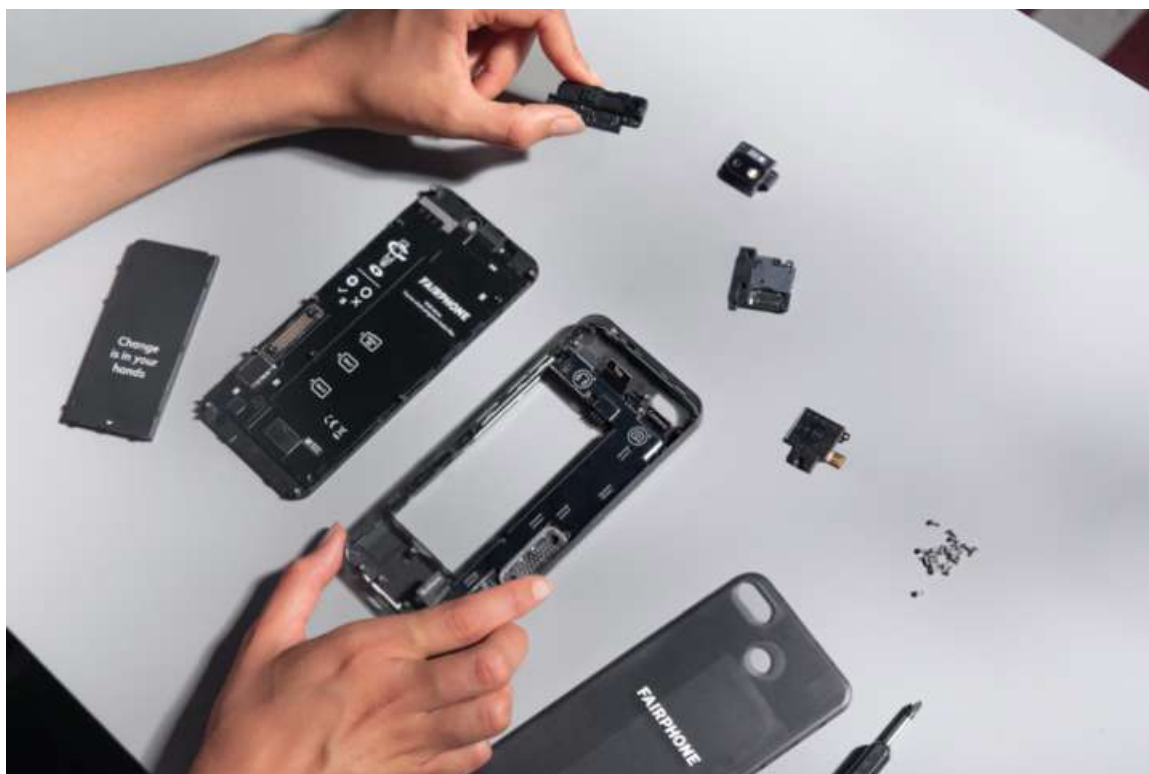
Adrien : **Il y a aussi le côté de la pédagogie, de l'acculturation, parce que c'est un statut qui n'est pas du tout connu.** Une des motivations de notre rassemblement avec les [Licoornes](#) [*un rassemblement de 9 coopératives pour proposer à toutes et tous, particuliers et organisations, des solutions fiables, écologiques et éthiques dans les secteurs clés de la consommation, ndlr*], c'était de pouvoir un peu plus mettre en lumière ce statut qui nous semble être le plus adapté pour répondre aux enjeux auxquels on va devoir faire face.

Pour moi, il faudrait que les statuts de l'ESS soient enseignés dans toutes les écoles. **On a plein d'alternants qui arrivent chez nous et nous disent : "c'est génial, on ne connaissait pas, on ne nous en a jamais parlé !"** Et il faudrait que le gouvernement finance massivement de la communication sur les statuts de l'économie sociale et solidaire et celui des SCIC en particulier, plutôt que d'aller faire la course aux licornes vertes.

Pour moi, il faudrait que les statuts de l'ESS soient enseignés dans toutes les écoles, plutôt que d'aller faire la course aux licornes vertes.

Anaïs : Il y a des plateformes qui ont émergé, qui permettent un investissement citoyen, comme [Lita](#), et ont permis d'aller chercher des gens qui ne connaissaient pas le milieu et nos sociétés. Par contre, je rejoins Adrien sur le fait qu'on est encore peu connus, qu'en effet, on n'arrivera pas à convaincre tous les investisseurs de nous rejoindre, loin de là, et qu'il y a un vrai travail de sensibilisation à mener dès le plus jeune âge sur nos structures et leurs bénéfiques. Tu parlais des écoles tout à l'heure, mais j'ai appris que même certaines CCI (Chambre de commerce et d'industrie) ne parlent pas des coopératives

dans les formations à la création d'entreprise. Donc voilà, en effet, on se bat un peu sur tous les fronts. Les gens qui ont fondé TeleCoop ou Commown n'étaient pas des pros de la tech, c'était plutôt des gens qui avaient envie de changer un modèle économique et de remettre plus de citoyenneté, de démocratie, de bien commun, d'intérêt général.



Source : [Le Printemps des Docs](#)

Vous êtes allés un cran plus loin que la seule coopérative puisque vous faites beaucoup d'inter-coopération. On a parlé des Licoornes, et vous avez aussi fondé FairTEC, qui est un collectif d'acteurs engagés au service de la sobriété numérique, avec une offre autour de la téléphonie mobile. Quel est l'intérêt de s'associer de la sorte ? Est ce qu'on pourrait imaginer de mettre en place ce modèle dans d'autres pans du secteur du numérique ?

Adrien : L'intérêt c'est déjà de se rassembler avec des gens cool qui portent les mêmes valeurs et d'essayer de mener à bien des projets communs. Ensuite, c'est permettre de **centraliser au même endroit un ensemble de solutions cohérentes pour une personne qui se pose des questions**. Et oui, il faudrait qu'il y ait d'autres domaines de la tech qui se lancent avec des statuts coopératifs !

Ce qui est pas mal avec FairTEC, c'est que ça s'adresse directement au

Anais : FairTEC, je le vois comme une solution un peu tout en main sur son mobile. Si je me dis "OK, je veux reprendre en main ma vie sur mon mobile", je vais avoir : le logiciel libre pour le respect de la vie privée [avec /e/OS, ndr], le téléphone

consommateur qui veut reprendre sa vie numérique en main.

le plus durable possible [avec Fairphone, ndlr], que je peux louer avec Commown comme ça j'ai tout le service, et en plus je prends un forfait TeleCoop qui est un forfait ancré vers la sobriété numérique. **Les Licoornes s'adressent plus au citoyen.** Ce qui est pas mal avec FairTEC, c'est que ça s'adresse directement au consommateur qui veut reprendre sa vie numérique en main. On pourrait faire la même chose sur les ordinateurs.

Qu'est ce que vous aimeriez dire aux fondateurs qui hésiteraient entre un modèle d'entreprise classique et une coopérative ?

Adrien : **Si votre rêve, c'est d'avoir votre propre fusée pour aller sur Mars, effectivement, le statut coopératif n'est pas adapté.** Si par contre vous avez une once d'intérêt collectif et d'envie de faire un truc qui va dans le bon sens, **le statut coopératif, c'est là où il faut aller.**

Anaïs : Je ne suis pas fondatrice, mais ça vous permet aussi parfois, en tant que fondateur, d'être un peu déchargé de la prise de décision, et de vous dire "finalement, je porte un petit peu moins de poids sur mes épaules".

La pérennité des coopératives est plus forte que celle des entreprises classiques.

Adrien : Carrément. Nous, dans nos statuts, on a mis porteur et porteuse de projet, et pas fondateur. Justement, je suis le premier des quatre cofondateurs chez Commown qui a manifesté sa volonté de quitter la direction dès que ce sera possible. Il y a cette volonté de tourner. Ce n'est pas forcément notre bébé, même si on a un sentiment de fierté. **Ce à quoi on aspire, c'est que les personnes qui rejoignent la coopérative s'approprient la coopérative.** Ce sera peut être difficile de se l'approprier à la hauteur de ce qu'on a pu faire nous, mais en tout cas, qu'elles puissent se l'approprier au point de me remplacer moi, c'est clairement un objectif.

Anaïs : Et la pérennité des SCOP [sociétés coopératives et participatives, un autre type de coopérative, ndlr] et des SCIC est plus forte que celle des entreprises classiques, selon les chiffres de la confédération des SCOP et des SCIC.

Anaïs, est-ce que tu as un retour d'expérience en tant que salariée de SCIC ?

Anaïs : Moi, j'ai **quitté un très grand groupe industriel américain parce que j'étais en quête de sens,** notamment environnemental. Pendant ma reconversion, je voulais travailler pour un projet qui avait un impact positif et arrêter d'avoir des impacts négatifs sur l'environnement. Je suis d'abord passée par une association. Et **en fait, l'association ne m'a pas du tout convenu en termes de gouvernance.** Il y a un

certain nombre d'associations où, finalement, on recrée un phénomène de très gros groupe : le conseil d'administration, généralement, c'est des personnes plus âgées, avec plus d'expérience, qui le font bénévolement, mais quand même dans une recherche de pouvoir, de garder la mainmise sur quelque chose. Cela ne m'a pas du tout convenu.

On ne peut pas lutter contre le dérèglement climatique si on ne prend pas les décisions en commun avec et pour les citoyens.

Au début de ma reconversion, la gouvernance n'était pas du tout le sujet, mais progressivement, je me suis dit qu'elle était au cœur des enjeux. On ne peut pas lutter contre le dérèglement climatique si on ne prend pas les décisions en commun avec et pour les citoyens. Et c'est pour ça que j'ai décidé de rejoindre TeleCoop et d'y rester, parce que **je me suis dit "mais en fait, je suis alignée sur tout !"**



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretiens réalisés par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)



3. Aidons les utilisateurs et utilisatrices à se ré-appropriier le numérique !

Entretien avec Karl Pineau (*Designers Ethiques*) – Juin 2023



Peut-on encore agir librement et en conscience, dans un univers numérique aux règles édictées par le design persuasif, et aux rouages souvent opaques ?

Pourrait-on dans la tech, en s'inspirant de l'ESS, rester libre de choisir à quoi l'on adhère ?

Pour creuser ces questions, on s'est adressé à Karl Pineau, enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication, et co-fondateur de l'association Designers Ethiques.

On y a découvert de belles initiatives, qui montrent qu'il est possible de redonner du pouvoir d'agir et de l'autonomie aux utilisateurs et utilisatrices du numérique. On y a surtout compris l'importance de faire prendre conscience des enjeux éthiques du numérique aux professionnels de la tech.

Pourrais-tu te présenter et nous présenter l'association Designers Ethiques ?



Karl Pineau, co-fondateur de Designers Ethiques

Je suis enseignant-chercheur en InfoCom [*sciences de l'information et de la communication, ndlr*]. En 2016, quand j'étais en master d'InfoCom à l'ENS Lyon, **deux camarades de master et moi avons créé l'association Designers Ethiques**, qui a aujourd'hui 6 ans. L'objectif de l'association, à la base, c'était d'être **une structure de réflexion sur la responsabilité numérique à travers le design**. Elle s'est principalement structurée autour de toutes les logiques de persuasion par le design : **captologie, dark patterns, design de l'attention...**

C'est une structure qui a pas mal évolué puisque aujourd'hui, on est plutôt orientés vers les designers numériques et les professionnels du numérique de manière plus générale. L'objectif de l'association, c'est d'être une plateforme qui permet à ces professionnels du numérique de **monter en compétences sur les aspects de responsabilité numérique**, de se former et d'avoir accès à **des ressources, à des cas d'études, à des exemples de comment bien faire**, aussi bien sur les enjeux de persuasion que je citais, que sur la question de l'écoconception, de l'accessibilité, de la *privacy [respect de la vie privée]*... En couvrant l'ensemble du spectre qui fait la responsabilité d'un service numérique.

Pourquoi ça te paraît important d'offrir cet espace aux professionnels ?

Le constat qu'on a fait, au départ sur la persuasion, c'est qu'il y a énormément de discours grand public sur la question. Il y a des tas de documentaires sur Arte et sur France 5, énormément de littérature grand public sur "le problème des écrans", pour reprendre justement un terme grand public. Et puis, de l'autre côté, il y a énormément de ressources pour les communautés scientifiques qui travaillent sur ces questions là, notamment dans les domaines de la *psycognition [psychologie cognitive]* et des interactions humains-machines. **Mais il n'y a juste rien qui existe pour ceux qui sont au milieu, c'est-à-dire ceux qui produisent ces interfaces au quotidien, qui les mettent en œuvre**, que ce soit les designers ou de manière plus générale les PO (*product owner*), les PM(*product manager*), les dev, etc.

Il y a un gros manque de formation aux enjeux de la responsabilité numérique dans le monde des professionnels du numérique.

Selon moi, **il y a besoin de former ces personnes à ces sujets-là**, notamment parce que, **quand on a commencé à travailler, la plupart des designers n'avaient absolument pas conscience des problématiques de persuasion**. Il y a encore beaucoup de designers qui n'ont pas du tout conscience des problématiques d'accessibilité. C'est un problème récurrent, même dans notre association. Il y a un gros manque de formation aux enjeux de la responsabilité numérique dans le monde des professionnels du numérique.

Le guide d'éco-conception de services numériques

Source : [Designers Ethiques](#)

Dans l'ESS, on met en place des formes alternatives d'engagement : modèle économique de la participation libre et consciente, engagement sous forme de bénévolat. Est-ce que l'adhésion libre et consciente est, selon toi, une valeur clé dans le secteur associatif et l'ESS ?

Je ne sais pas si c'est une valeur clé de l'ESS, mais **c'est effectivement un sujet de débat au sein de l'association assez régulièrement**, notamment sur le financement de nos événements. On ne va pas jusqu'à parler d'engagement conscient, mais c'est quelque chose qu'on cherche maintenant sur nos propres événements, en laissant un **prix libre, même sur des grandes conférences** comme [Ethics by Design](#). Ça induit une forme de risque financier : c'est quand-même un événement qui représente quasiment 50% de notre budget annuel.

Avec l'engagement conscient, il y a 30% des gens qui ne vont rien donner, mais il y en a 30% qui vont donner ce qu'il faut, voire plus.

Notre conclusion, c'est que **ce mode de financement ramène autant d'argent qu'un mode de financement classique, mais il faut changer les modalités [de l'événement]**. Si on fait l'événement en présentiel, on doit louer un lieu, avoir un budget pour le traiteur, etc. donc a une jauge maximale du nombre de personnes qu'on peut accepter. Si on le finance via engagement conscient, c'est sûr qu'on sera déficitaire à la fin. Par contre, si on le fait en ligne, on peut être 100 comme on peut être 10 000. Et avec l'engagement conscient, il y a 30% des gens qui ne vont rien donner, mais il y en a 30% qui vont donner ce qu'il faut, voire plus que ce qu'on leur demande. Et ça permet de viabiliser les coûts qui sont partagés, car le coût fixe par participant est extrêmement faible. Donc **ça marche pour nous, mais dans le monde numérique et pas dans le monde présentiel, classique, de l'ESS.**

À quoi pourrait ressembler un numérique qui favorise l'autonomie et le libre-arbitre ?

C'est vrai que le web s'est largement normé ces 20 dernières années. Tous les sites se ressemblent. Et ça, c'est un peu la faute des designers et de l'UX [*design d'expérience utilisateur*] : de manière générale, on a cherché à créer des parcours qui sont "frictionless" [*sans friction*], comme disent les designers. On sait exactement ce qu'on doit faire et, de fait, les utilisateurs ne s'interrogent pas sur les modalités d'usage du web qu'on leur propose. **Ça fait qu'on reste toujours sur les mêmes sites, sur les plateformes.**

Les gens ont de moins en moins conscience de ce qu'est un site web, d'en quoi c'est différent d'une application. Est-ce qu'on est sur quelque chose dans le cloud ou en local [*sur son propre ordinateur, ndlr*] ? La notion même de fichier, qui était ancrée dans les logiques documentaires pré-numériques, est en train de disparaître et de se fondre dans les notions du cloud sur la plupart des plateformes qu'on utilise, que ce soit Google Docs ou Figma pour les designers. Ça, c'est sûr que ça pousse à une perte d'autonomisation des utilisateurs. **Finalement, on ne sait plus exactement où sont stockés les éléments qu'on utilise, on sait plus tellement ce qu'on peut ou ne peut pas faire avec.** D'une certaine manière, on perd une forme de pouvoir d'agir sur le numérique qu'on a au quotidien.

Tous les sites se ressemblent. Et ça, c'est un peu la faute des designers et de l'UX. D'une certaine manière, on perd une forme de pouvoir d'agir sur le numérique au quotidien.

Pour moi, c'est vrai que le numérique où tu as du pouvoir d'agir aujourd'hui se transcrit beaucoup par le librisme [*mouvement attaché aux valeurs du logiciel libre*] au sens de ce que peut faire Framasoft [*association qui développe et maintient notamment une suite d'outils libres alternatifs aux GAFAM*]. C'est un travail extraordinaire mais la limite, c'est que ce sont des services souvent plus complexes à utiliser, qui produisent une forme d'élitisme dans le fait que **seule une partie des utilisateurs sont capables d'être autonomes sur un espace numérique, quand la majorité des gens ne comprend pas ce qui se passe derrière un système technique.** Donc est-ce que c'est la solution vers un Web plus autonome ? Moi, j'aurais tendance à dire qu'il faut chercher autre chose.

Il faut aussi aller voir ce que font Praticable [*une coopérative-studio de design qui favorise l'autonomie, ndlr*]. Ils essaient d'imaginer **quelles seraient des fonctionnalités qu'on pourrait implémenter sur un site qui, tout en étant simple d'utilisation, permet quand-même d'aller explorer les formes qu'il peut prendre.** Ils ont repris le CMS [*content management system, ou plateforme d'édition de contenus*] Kirby qui est très à la mode chez les personnes qui essaient de quitter WordPress, et ils en ont fait une version spécifique qui permet [aux visiteurs] d'éditer le site directement. **On peut vraiment manipuler le site** : sur sa forme classique, on va pouvoir bouger les blocs de contenu, les supprimer, les modifier, en ajouter. On peut modifier la forme du site, l'afficher sous forme de diapos, sous forme de version imprimable, etc.

Le numérique où tu as du pouvoir d'agir aujourd'hui

Finalement, c'est un outil qui permet de changer la manière dont on appréhende le numérique pour percevoir que ce n'est pas qu'un site web, qu'on peut aussi en faire un livre

se transcrit beaucoup par le librisme. L'inconvénient, c'est une forme d'élitisme.

imprimé, des slides pour une présentation. Ça reste aujourd'hui prototypique, mais c'est typiquement ce qui permet de remettre la main à la pâte, d'être à nouveau en capacité d'agir sur les sites qu'on utilise, à l'inverse de la plupart des sites où il va falloir des compétences techniques pour passer d'une forme de rendu à une autre.

Et sur les plateformes plus utilisées, existe-t-il des exemples de transformation ?

Sur Mastodon [réseau social alternatif décentralisé], il se passe des trucs super intéressants. **La "grande migration" [de Twitter vers] Mastodon de ces derniers mois a montré un peu justement tous ces questionnements.** Je sais que Timothée Goguely, qui gère l'instance mastodon.design, s'est posé beaucoup de questions. Il a beaucoup documenté les choix qu'il faisait, les enjeux économiques, pour tenir au courant les 500 personnes membres de l'instance. D'abord, il fallait réunir les financements nécessaires pour le serveur qui héberge l'instance. Et ce ne sont pas des chiffres anecdotiques : de mémoire, on parle de quasiment 500 euros par an, alors qu'il le fait à titre personnel. Designers Ethiques a donc participé au financement, et pas mal d'autres personnes aussi. **Chacun pouvait donner un peu ce qu'il voulait, justement parce qu'on a cette question d'engagement libre et conscient, mais on savait ce qu'il fallait à la fin** pour avoir une version de l'instance qui nous intéressait.

Ce n'est pas parce qu'on est face à Google ou face à Facebook, sur des modèles économiques qu'on connaît tous, qu'on est nécessairement contraint d'y rester et qu'on ne pourra jamais faire autre chose.

Ensuite, toutes les semaines ou toutes les deux semaines, Timothée envoyait un post à tout le monde sur l'instance et qui disait "on est à tel point de taux de stockage sur le serveur, on a tant de comptes actifs, il nous reste tant de place, j'ai implémenté telle fonctionnalité CSS pour avoir tel emoji en plus de la version classique". **Ça permet de recréer une communauté qui se réapproprie son outil** et ça c'est super intéressant. Ce qui s'est passé, ça a été vraiment un bon exemple de ce qu'on peut faire pour reprendre le contrôle sur un outil du quotidien, tout en gardant un contenu qui était vraiment intéressant.

Mais **basculer d'un réseau social à un autre, c'est quelque chose d'extraordinairement complexe.** Finalement, il y a peu de personnes qui sont restées actives sur Mastodon. En tout cas, ce qui s'est passé à ce moment-là montre bien que ce n'est pas parce qu'on est face à Google ou face à Facebook, sur des modèles économiques qu'on connaît tous, qu'on est nécessairement contraint d'y rester et qu'on ne pourra jamais faire autre chose.

On voit que remettre de l'autonomie demande des efforts et remet de la complexité. Quels sont les bénéfices à remettre de l'autonomie au cœur du numérique ?

Pour les pros, sur qui on se focalise avec Designers Ethiques, ça peut paraître évident. Si tu travailles sans savoir qui possède le travail que tu es en train de réaliser, c'est problématique. Même **du point de vue de ta déontologie professionnelle, savoir qui possède ce que tu es en train de réaliser**, ça pose des questions.

Ce côté très "frictionless", trop facile, fait qu'on se pose pas tellement de questions sur ce qu'il y a derrière.

Pour les utilisateurs finaux, c'est sûr que c'est plus compliqué. Effectivement, **je ne suis pas sûr qu'il faille attendre que tous les internautes aient une compréhension fine de ce qui se passe en ligne**. Mais d'une certaine manière, le numérique d'aujourd'hui, c'est un peu comme si on allait voter à des élections sans avoir de programme, **qu'on nous tendait une enveloppe où il y avait déjà le nom du candidat, qu'on ne pouvait pas l'ouvrir, qu'on se contentait de la mettre dans l'urne**. Ce côté très *frictionless*, trop facile, fait qu'on se pose pas tellement de questions sur ce qu'il y a derrière.

Dans le monde de l'ESS, on remarque que, quand on fait don de son temps ou de son argent de manière consciente et libre, cela entraîne un engagement très fort. Est-ce qu'on pourrait imaginer un phénomène similaire pour le numérique ?

D'une certaine manière, c'est Wikipédia. On peut critiquer Wikipédia par plein d'aspects, (notamment les logiques de gouvernance qui finalement favorisent ceux qui sont déjà là ou ceux qui maîtrisent le système). **Mais d'une certaine manière, c'est quand même le meilleur exemple d'un numérique autonome où les communautés s'auto-organisent, décident elles-mêmes des règles qui vont s'appliquer et, finalement, ça marche bien.**



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretien réalisé par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)



4. La forme de nos choix : numérique & libre-arbitre

Entretien avec Estelle Hary (CNIL & Linc) – Juin 2023



Allez, on vous emmène faire un détour du côté de l'écosystème public.

Après une interview ([à retrouver ici](#)) sur les enjeux éthiques du numérique, on a eu envie de creuser plus loin cette histoire de choix libre et conscient, et de mieux comprendre ses implications.

Nous voilà donc à la rencontre d'Estelle Hary, qui a été designer à la CNIL pendant sept ans, pour partager ses apprentissages en matière de libre-arbitre dans le numérique !

On a discuté de la manière dont le droit encadre les pratiques autour des données numériques mais aussi de la nécessité pour les designers d'être acteurs du sujet ! Surtout, on a découvert moult exemples et bonnes pratiques pour remettre les communautés au cœur de la gouvernance de leurs données ; un clin d'œil tout particulier à la notion de "remettre l'humain au cœur de l'économie", prônée par le secteur de l'ESS.

Pourrais-tu te présenter et nous présenter la CNIL et le Linc ?



Estelle Hary, designer

Je suis Estelle Hary, je suis une designer qui a travaillé à la CNIL [*l'autorité de protection des données, ndlr*] pendant sept ans, plus particulièrement au Linc, le labo d'innovation numérique de la CNIL. Dans ce cadre-là, j'ai travaillé sur comment relier les questions de design au droit et, notamment, **comment un certain nombre de pratiques de design posent actuellement problème par rapport à leur conformité au droit**. Une partie des travaux qu'on a pu mener consistait justement à **créer des pratiques mieux-disantes, à montrer que le design d'interface est un premier point de contact entre les personnes et leurs droits**, et à essayer de construire des façons de faire qui permettent aux personnes d'être réellement en capacité de comprendre comment leurs données sont traitées et d'avoir une maîtrise dessus.

Qu'est ce qui a poussé la CNIL à se pencher sur les enjeux de design ?

Ça s'est construit un peu naturellement. À peu près tous les deux ans, le Linc publie un cahier "Innovation et prospective". Un des cahiers portait sur la question du design et de son lien avec la protection des données. **On y a fait toute une analyse sur le fait qu'actuellement, les modèles économiques sont plutôt prédateurs en données, notamment parce que le web se finance sur de la publicité ciblée, ce qui fait qu'il y a une collecte de données très importante au niveau des individus.**

Demander de façon extrêmement répétée à un utilisateur de donner son consentement pour partager des données qu'il a déjà refusé de donner va à l'encontre des principes du RGPD.

Ce qu'on appelle des **dark patterns** ou du *deceptive design* sont mis en place pour justement un peu **forcer la main aux personnes pour qu'elles donnent leurs données** ou consentent à leur usage. Ces pratiques-là ne sont pas forcément conformes à ce qu'on peut attendre d'un point de vue RGPD [*règlement européen sur la protection des données*]. La question était de savoir comment est-ce que, par les règles législatives existantes, on arrive à recadrer ces pratiques pour éviter que des personnes **soient obligées de donner leur consentement... ce qui est déjà un oxymore !**

Le problème de base, c'est que le droit a un peu de mal à aller sur les questions de design.

Qualifier juridiquement les pratiques de design, c'est compliqué. Du coup, outre le fait de construire des formes de bonnes pratiques, notre rôle est aussi de venir appréhender ces pratiques. Typiquement, ça, c'est un travail qu'on a fait au niveau de l'Europe au travers du Comité européen à la protection des données, où on a travaillé sur des lignes directrices qui viennent encadrer un certain nombre de pratiques existantes. Par exemple, demander de façon extrêmement répétée à un utilisateur de donner son consentement pour partager des données qu'il a déjà refusé de donner, va à l'encontre des **principes de limitation des finalités** et de **consentement libre et éclairé**, prévus aux articles 4, 5 et 7 du RGPD.

Ce travail de traduction n'était pas fait avant, et **il y avait relativement peu de décisions d'autorités de protection des données sur le sujet**. Donc c'est un travail qu'il fallait faire, qu'on a commencé à partir de 2019. Il continue petit à petit, et les autorités de protection vont de plus en plus sur ce sujet-là. Mais nous ne sommes pas les seuls à avoir poussé dans ce sens-là : **il y a eu aussi une prise de conscience dans la société civile, dans les communautés de chercheurs.**



Quelles sont les ressources que la CNIL a développées ?

On a notamment une plateforme qui s'appelle [Données et Design](#). Cette plateforme a été faite en même temps que le cahier Innovation et Prospective dont je parlais tout à l'heure. En parallèle de ce cahier, on a fait une petite enquête auprès de designers qui travaillaient dans différentes structures pour comprendre quelles étaient leur perception et leur compréhension de la question des données personnelles. **La réponse fut "rien, néant, nada" ! (rires) Et on s'est dit que c'était un peu problématique.** Que ce serait bien de mettre à disposition une plateforme à l'adresse des designers pour qu'ils puissent devenir un peu connaisseurs sur ces questions-là, et surtout **leur faire comprendre qu'ils peuvent être force de proposition** sur ces sujets et pas attendre que le département marketing ou légal leur dise quoi faire.

On s'est dit que ce serait bien que les designers soient force de proposition sur les questions de données personnelles, sans attendre que le département marketing leur dise quoi faire.

Pour ça, on s'est concentré sur trois principes du RGPD. Le principe numéro un, c'est **l'information : comment est-ce qu'on informe les personnes sur le traitement de leurs données ?** Le principe numéro deux, c'est **le consentement : comment est-ce qu'on fait pour recueillir le consentement ?** Et le principe numéro trois, c'est les droits [*par exemple d'accès, de rectification, d'effacement, d'opposition, ndlr*] : comment on facilite leur exercice ? On a des [fiches principes](#) sur lesquelles on décrit les différents critères associés à chaque principe. On les illustre aussi au moyen de sortes de "do's and don'ts" : quelle est une bonne façon de faire, une mauvaise façon de faire ? Ensuite, on décline ces principes dans différents cas d'études. Par exemple, comment peut-on informer les personnes en ligne de façon fluide et organique dans un parcours d'achat ?

Il y a aussi une autre partie sur les [design patterns](#) : des pratiques qu'on a pu voir, soit au travers d'ateliers qu'on mène, soit au travers de choses qu'on voit en ligne, qui nous paraissent être des bonnes pratiques. **Des petites briques, en fait, qu'on peut réutiliser assez facilement** dans des interfaces ou des parcours. J'ai aussi parlé **des lignes directrices qui sont plus à l'adresse des juristes**, mais qui pourraient aussi être utilisées par des designers s'ils ont envie de lire un document juridique ! (rires)

À quoi pourrait ressembler un numérique qui favorise l'autonomie et le libre-arbitre ?

Un exemple qui vient en tête, c'est [Front Porch Forum](#), un réseau social local dans les États du Vermont et de New York, aux États-Unis. Ce que je trouve assez intéressant avec cet exemple-là, c'est le fait que **seules les personnes qui vivent dans ces États peuvent s'inscrire**. Ça crée un réseau qui est

extrêmement localisé en termes géographiques mais aussi en termes de contenus qui sont postés. Les contenus vont être assez rigoureux, pratico-pratiques : des petites annonces de jobs, des annonces sur des événements locaux, etc. **Peut-être que le numérique de demain pourrait être à cette échelle humaine, locale.**

Quels sont les bénéfices à remettre l'autonomie et le libre-arbitre au cœur de la tech ?

Ça dépend de quel point de vue on regarde les choses. **Si on regarde ça d'un point de vue conformité, c'est juste que si on ne le fait pas, on peut être sanctionné.** C'est un peu le côté bête et méchant du droit. Après, il y a quand même une question de confiance avec des personnes qui acceptent de nous donner leurs données qui me paraît assez critique, et de plus en plus : il y a eu un certain nombre de scandales sur des utilisations de données, et **il y a une prise de conscience de plus en plus importante de la part des personnes.** Faire les choses bien et de façon transparente, honnête, c'est aussi une façon de créer un lien de confiance et de le maintenir avec les personnes.

Faire les choses bien et de façon transparente, honnête, c'est aussi une façon de créer un lien de confiance et de le maintenir avec les personnes.

Après, je pense qu'il y a aussi des questions de justice un peu plus larges, où on voit aussi que tous ces systèmes produisent des **injustices systémiques**. Je ne dirais pas que le consentement et la transparence permettent de résoudre ces problèmes particuliers, mais **essayer de penser un numérique plus inclusif où les choses sont plus dans les mains des personnes concernées**, par exemple que les architectures [des plateformes] soient directement à la main des communautés, c'est quand même un moyen important pour **contrebalancer les injustices**.

Quand tu dis l'architecture dans les mains des communautés, ça veut dire quoi ?

J'ai découvert l'initiative néo-zélandaise sur le modèle māori de gouvernance des données. C'est un travail qui a été mené au niveau du gouvernement néo-zélandais pour **faire en sorte que les communautés māori soient mieux représentées dans les données gouvernementales**, que ces données soient dans les mains des Māori et pas du gouvernement. La raison, c'est que la culture māori n'est pas exactement la même que celle du gouvernement, qui est plutôt d'ascendance européenne et surtout anglaise. Ils ont donc fait un travail qui a pris deux ou trois ans où **les communautés māori ont créé tout un ensemble de principes pour faire en sorte que leurs données soient mieux collectées, mieux utilisées, mieux stockées, et qu'elles aient toujours la main sur ces données là.**

On part sur des **formes partagées de gouvernance des données** ou dans ce cas précis, ce n'est pas que le gouvernement qui gère tout de A à Z, mais qui laisse une communauté spécifique avoir leur mot à dire, les laisse

La première étape, c'est d'essayer de développer un esprit critique sur ce qu'on fait.

presque rebattre les cartes de **comment est-ce que, par exemple, on compte les personnes dans le cadre d'un recensement.**

Et le deuxième point très important, c'est de travailler avec les personnes qui vont être impactées.

Quel est le premier petit pas que tu recommanderais de faire pour s'engager pour un numérique qui favorise le libre-arbitre ?

Je dirais que peut être **la première étape, c'est d'essayer de développer un esprit critique sur ce qu'on fait.** Parce que dans la "Tech for Good", je suppose que l'idée, c'est de faire des projets fantastiques et qui vont aider les gens. Mais **l'enfer est pavé de bonnes intentions** et du coup, pouvoir interroger la façon dont les données qu'on utilise ont été produites, à qui ces utilisations vont vraiment bénéficier, ça me paraît un point hyper important. Et le deuxième point très important, c'est de **travailler avec les personnes qui vont être impactées** et pas de faire son truc dans son coin et ensuite de l'imposer aux personnes qui vont être calculées.

Une initiative que tu souhaiterais mettre en avant (dont tu fais partie ou non !), sur le sujet d'un numérique qui favorise le libre-arbitre ?

La coalition [StopLAPDSpying](#) de Los Angeles. C'est un travail vraiment communautaire : **une asso de personnes qui sont victimes de façon récurrente de violences policières**, de discrimination systématique par la police, qui fait un travail avec les communautés qui sont impactées, pour lutter contre les fichiers de "*Suspicious Activity Reporting*" (SAR) créés et maintenus par la police. Ils font **tout un travail de mise en récit des expériences personnelles et de description du système**, pas juste technique, mais aussi les descriptions institutionnelles de liens entre différents fichiers de données, etc. Après, c'est américain. Je ne sais pas à quel point on peut le transposer dans un contexte français, mais je pense qu'il y a quand-même un certain nombre de communautés impactées en France par des questions données, algorithmes, etc. On a eu quelques scandales récemment que je ne mentionnerais pas, mais je pense qu'il y a de quoi faire aussi en France avec cette approche un peu *community-based*, "personnes concernées".



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretiens réalisés par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)



5. Du foncier au numérique : quand la mutualisation prend tout son sens

Entretien avec Louis Pénisson (*La Caserne Bascule*) & découverte de *SCANI* – Juin 2023



Les logiques de mutualisation sont souvent au cœur du développement des outils numériques – notamment open-source, mais pas seulement.

Dans l'ESS aussi, mutualiser des biens et des ressources dans une optique d'entraide et de sobriété, c'est une habitude bien ancrée. Et si cette démarche de mutualisation pouvait aller encore plus loin dans le numérique ?

C'est le sens de notre échange avec Louis Pénisson, co-fondateur du tiers-lieux La Caserne Bascule, et utilisateur de la coopérative SCANI, un fournisseur d'accès à internet local et alternatif.

Qu'il s'agisse de mutualisation à l'échelle d'un bâtiment, d'une ville, d'un territoire ; pour du foncier, de la mobilité ou du numérique ; une évidence revient : pour réussir, il faut expérimenter, et beaucoup communiquer. Et puis, si on mutualise, c'est pour réduire notre consommation, mais surtout pour le plaisir de partager des choses dans un rapport autre que commercial : dans l'ESS comme dans le numérique, c'est vital !

Bonjour Louis ! Pour commencer, qui es-tu et qu'est-ce que la Caserne Bascule ?



Louis Pénisson, cofondateur de La Caserne Bascule

Je m'appelle Louis Pénisson, j'ai 33 ans, j'aime bien me définir comme un explorateur, tester de nouveaux chemins et lancer des projets. J'ai fait des études de communication et j'ai travaillé pendant six ans pour une start up digitale. Ces dernières années, j'ai pas mal voyagé en vélo et c'est là que **j'ai eu un déclic et l'envie de passer à l'action sur les enjeux climatiques et de société.** J'ai vu plusieurs choses qui m'ont amené à cofonder la Caserne Bascule.

Mais alors, qu'est-ce que la Caserne Bascule ?

Alors, ça, c'est beaucoup plus difficile à définir ! **Une des grandes idées, c'est de vivre dès maintenant le futur de demain**, qu'on souhaite joyeux, respectueux des limites planétaires et solidaire, dans l'entraide et la coopération. Pour ça, notre objectif est de soutenir conjointement des individus et des collectifs. **On le fait à travers trois axes**. Le premier, **c'est un lieu, qui se situe à Joigny (Yonne) : un bâtiment qui fait 1 500 mètres carrés**, où habitent une quinzaine de personnes et qui permet l'accueil de collectifs ou d'individus.

Le deuxième, c'est la communauté : à travers le lieu, on va permettre aux personnes de se rencontrer, d'apprendre, d'évoluer, en proposant des activités. Aujourd'hui, on a à peu près 2 000 adhérents. **Le troisième, c'est de contribuer à la dynamique du territoire**, dans sa résilience et dans son vivre ensemble. Ça peut passer par des actions de sensibilisation dans les écoles, l'organisation d'un festival...

Une des grandes idées, c'est de vivre dès maintenant le futur de demain, qu'on souhaite joyeux, respectueux des limites planétaires et solidaire, dans l'entraide et la coopération.

Je remarque que tu n'emploies pas le terme de "tiers-lieu"...

Ça ne me gêne pas d'être considérés comme un tiers-lieu, mais je ne l'emploie pas. Pour moi, **dans la notion de tiers-lieu, il y a aussi une notion d'accueil inconditionnel**, avec des horaires d'ouverture, et d'ouverture très grande au public. Aujourd'hui, on fait des actions en lien avec le public et le territoire, mais je ne considère pas qu'on est un tel lieu d'accueil.

Dans la définition [de tiers-lieu] de l'État, il y a aussi **l'hybridation des activités** : nous l'avons avec l'accueil et une programmation proposée par nos adhérents et adhérentes qui mêle des formations (facilitation graphique, coopération), des cours comme du yoga, de l'impro, des ateliers de sensibilisation et des apéros de rencontre. Tout cela évolue en permanence.

Après, il y a l'idée **d'avoir un impact [sur son territoire]**, ou en tout cas de faire des actions avec son territoire ; ça, on est là-dessus ! Par exemple, il y a un aspect qui n'est pas dans la raison d'être mais qui est un effet indirect quand même important : **avec la Caserne Bascule, des gens viennent s'installer dans la ville de Joigny pour contribuer à la dynamique associative** et lancer des projets.

Est-ce que le numérique est un sujet auquel vous vous intéressez ?

Le numérique est surtout traité par les groupes qu'on accueille. Par exemple, on a accueilli le fournisseur d'accès associatif French Data Network, l'Assemblée Virtuelle, Latitudes, etc. **À 200 mètres de la Caserne Bascule, il y a SCANI, qui est un fournisseur d'accès à Internet en coopérative.** Ce sont eux qui nous équiperont pour la fibre !

Après, à l'intérieur du collectif, on va dire qu'aujourd'hui, personne n'est suffisamment connaisseur et motivé pour réussir à accompagner tout le monde à ce que nos usages à nous du numérique soient plus éthiques.

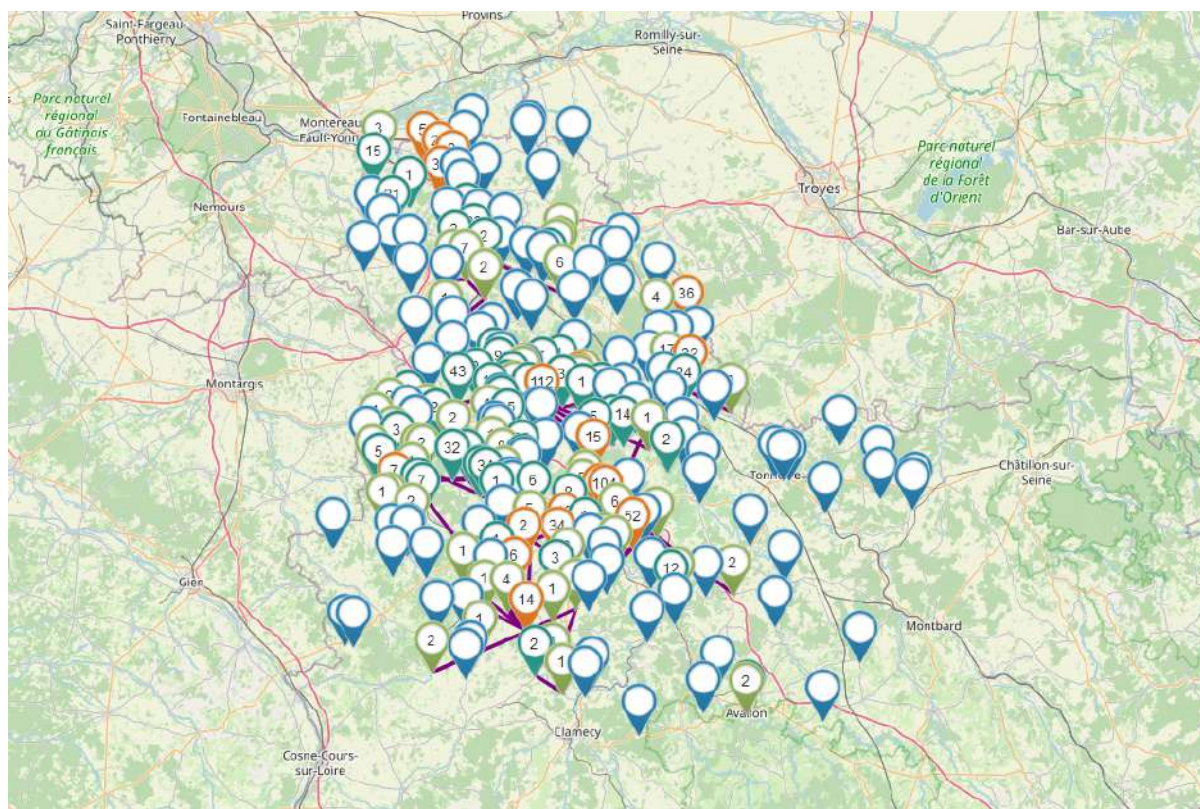
À 200 mètres de la Caserne Bascule, il y a SCANI, qui est un fournisseur d'accès à Internet en coopérative. Ce sont eux qui nous équiperont pour la fibre !

Comment est-ce que l'ancrage territorial pourrait faire sens dans le monde de la tech ?

Je pense quand-même que dans le numérique, même s'il n'a pas un ancrage territorial, il y a un ancrage communautaire. **Le numérique et le web, c'est aussi un ensemble de communautés et de collectifs.**

Quand j'ai un souci avec SCANI, ou que je croise la personne en charge du service, elle va me dire bonjour. Je vais la remercier en prenant un café avec elle. Ça amène un effet de lien humain, personnifié, sur un territoire.

Après, je donnais l'exemple de SCANI : c'est du numérique et c'est à 800% un projet de territoire ! Leur mission de base, c'est d'aller **fournir Internet à des personnes qui ne l'ont pas**, et de fibrer Joigny et plusieurs communes. Les télécoms ne s'y intéressent pas car ce sont des zones blanches, et il y a tout un enjeu d'accès aux télécommunications dans les zones rurales. **SCANI, ce sont des liens très forts tissés avec le territoire** : ils ont monté une antenne sur l'église, le service client marche via un groupe Telegram...



cooperateurs.scani.fr

Au-delà de cet axe d'**accès aux communications**, SCANI permet aussi deux choses qui sont importantes pour le territoire. D'abord **une certaine souveraineté** : SCANI, c'est aussi un data center, et quand j'héberge mes informations chez eux, je sais où est mon data center. Et puis un aspect humain : quand j'ai un souci avec SCANI, ou que **je croise la personne en charge du service**, elle va me dire bonjour. Je vais la remercier en prenant un café avec elle. Ça amène un effet de lien humain, personnalisé, sur un territoire.

Vous saviez que SCANI existait avant de vous installer ?

On savait qu'ils étaient là. Pour compléter cette histoire-là, quand on a lancé le bâtiment, la *Fédération française des fournisseurs d'accès associatifs* sont les premiers qu'on a accueillis en séminaire. Le deal qu'on a eu avec eux, c'est de dire, comme on peut avoir avec toutes les personnes qu'on accueille : **“vous venez, on ne vous fait pas payer l'hébergement, mais en contrepartie, vous nous installez la fibre dans le bâtiment”**. Cette installation fibre de notre bâtiment qui nous aurait coûté 5 000 ou 10 000€ au début, c'était un deal imbattable. Et outre ça, **c'est juste le plaisir d'être dans une démarche non marchande et humaine.**

Un de vos axes est la communauté, et la mutualisation est quelque chose que vous mettez beaucoup en valeur. Quels sont vos exemples de mutualisation ?

Mutualiser le bâtiment, c'est un élément constitutif du projet : s'il n'y avait pas le sens du collectif et la réputation de l'association, on n'aurait jamais eu un bâtiment de 1 500 mètres carrés.

La raison principale pour laquelle on mutualise, c'est qu'on veut réduire l'impact qu'on a : éviter d'acheter, éviter de consommer. Et puis c'est aussi pour partager : quand je mets des livres dans la bibliothèque, c'est parce que j'ai envie que d'autres personnes les lisent pour échanger des connaissances, partager des choses qui nous font plaisir.

Le bâtiment dans son ensemble est mutualisé. À part les chambres, beaucoup de choses sont mises en commun : le garde-manger, la bibliothèque, les jeux de société. Ça nous permet pas mal de choses [pour réduire notre empreinte carbone individuelle]. Et puis on a une déguiseries, un magasin gratuit, qui sont des sortes de mutualisation. Il y a la prise en compte du bâtiment via l'auto-gestion : globalement, comment est-ce qu'on prend soin de ce bâtiment ensemble, d'une manière qui convient à tout le monde ?

Mutualiser le bâtiment, c'est un élément constitutif du projet : **s'il n'y avait pas le sens du collectif et la réputation de l'association, on n'aurait jamais eu un bâtiment de 1500 mètres carrés** ; et s'il n'y avait pas eu de bâtiment, il n'y aurait pas eu de projet au départ ! Donc ça, c'est dans les choses qui tournent très bien. Après, on fait des expérimentations...



Source : fertiles.co

Justement, est-ce que vous arrivez à trouver des solutions pour des mutualisations plus complexes ?

Dans les choses plus compliquées, il y a la gestion des véhicules. C'est une de nos envies fortes, mais c'est plus dur à mutualiser. Pour les véhicules, la logique, c'est de se dire qu'on n'a pas tous besoin d'avoir notre véhicule privé : Fanny a sa Twingo, Marine a un van... **Comment faire en sorte qu'on n'achète pas cinq vans différents, ou un van au nom de l'association, mais plutôt qu'on s'appuie sur des personnes qui sont bénéficiaires de l'association ?** Autrement dit, comment faire en sorte de pouvoir à la fois emprunter le van de Marine et que ça se passe bien pour elle ?

Dans les choses plus compliquées, il y a la gestion des véhicules. C'est plus compliqué à mettre en œuvre. [...] Alors on expérimente. [...] On fait en fonction des erreurs.

C'est plus compliqué à mettre en œuvre, parce que ce sont des biens qui ont plus de valeur : **ce n'est quand même pas la même démarche de mettre un livre dans la bibliothèque ou de prêter son véhicule**, donc ce sont des choses qui demandent plus de rigueur et de suivi. **Alors on expérimente.** On a un carnet où tu rentres le début et la fin de la date de sortie. Pour les vélos, on a un système d'étiquettes pour dire "ce vélo-là, tu peux le prendre" ; "ce vélo-là, si tu le prends, passe-moi un coup de fil" ; ou alors "ce vélo-là, je ne le prête pas".

On fait en fonction des erreurs. Au début, il n'y avait pas de carnet. On se disait aussi qu'on n'allait pas faire de frais kilométriques. Les erreurs, souvent, elles sont exprimées par les ressentis des propriétaires, qui disent "moi j'ai prêté mon vélo, mais là je le prends, il est dégonflé et personne ne m'a prévenu, donc je vais arrêter de le prêter". La question des soins est aussi un sujet : le bâtiment, on y fait le ménage toutes les semaines, le véhicule, est-ce qu'on doit faire le ménage chaque fois qu'on l'utilise ? Là-dessus, **on réfléchit ensemble en intelligence collective pour voir comment on peut trouver quelque chose qui convient à tout le monde.**

Qu'est-ce que le monde de la tech pourrait apprendre des tiers-lieux ?

Pour moi, la difficulté du monde de la tech, c'est sa capacité à créer un lien avec tout public : avoir une affiche qui donne envie, trouver un titre qui soit assez accrocheur, avoir un langage qui ne soit pas trop technique, c'est cette capacité à faire le lien entre plusieurs univers.

La communication numérique, c'est utile, mais ce qui marche, c'est la communication directe. Il faut aller au marché, il faut parler aux gens, leur dire bonjour.

Et comment, à la Caserne Bascule, vous arrivez à communiquer avec les publics de votre territoire ?

C'est de l'immersion et de l'observation. Passer du temps avec les gens à leurs événements, c'est une base. Ensuite, par exemple, on a fait un festival et on avait une volonté d'avoir un public varié et divers. Là, cela voulait dire **échanger avec l'Office du tourisme, la mairie et les associations citoyennes sur le contenu de l'affiche**. Par exemple, on avait mis "participation au chapeau", et un artiste nous a dit "attention, le parc de Joigny s'appelle le parc du Chapeau !" Certaines personnes avaient compris que c'était au parc du Chapeau et pas devant chez nous. Donc c'est vraiment, via l'immersion, identifier les bonnes personnes et faire valider notre communication par les acteurs du secteur.

Après, il y a autre chose : Joigny est une ville de 10 000 habitants. **La communication numérique, c'est utile, mais ce qui marche, c'est la communication directe**. Il faut aller au marché, il faut parler aux gens, leur dire bonjour. Juste se centrer sur les outils numériques, ça ne ramène pas de nouvelles personnes. **Un lieu a normalement un lien au territoire ; il connaît les personnes et peut identifier celles qui peuvent être relais du message**.



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretiens réalisés par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)



6. Manifeste pour un numérique ultra-localisé

Entretien avec Jean Karinthi (*L'Hermitage*) – Juin 2023



Penser global, agir local : que peut bien tirer le monde du numérique de cette maxime ?

À l'heure de l'ultra-mondialisation et de l'ultra-connexion, les acteurs et actrices de la tech ont-ils encore à apprendre des dynamiques locales portées par l'ESS dans les territoires ?

Il semblerait que oui !

Pour comprendre comment le numérique peut se concevoir à l'échelle locale, on a suivi Jean Karinthi à l'Hermitage – un tiers-lieux d'innovation rurale, qui pense la tech au premier kilomètre.

Notre apprentissage préféré de cet échange, outre la conviction que le futur se jouera avec des cercles de proximité et de résilience plutôt qu'avec de larges infrastructures globalisées, c'est qu'on n'est pas obligé d'opposer la tech et le vivant : on peut passer une matinée en FabLab et une après-midi en forêt dans la même journée !

Bonjour Jean. Pourrais-tu te présenter et nous dire ce qu'est l'Hermitage ?

Je suis Jean Karinthi, je suis né en 1974 dans cette maison particulière qu'est l'Hermitage, où j'ai grandi jusqu'à l'âge de 17 ans. **C'est un ancien domaine agricole de 30 hectares dans un petit village de 750 habitants, Autrêches, en Picardie.**

Notre objectif, c'est [montrer] qu'on peut réorganiser des manières soutenables de fonctionner, à l'heure des chocs ou des transitions.

En 1954, l'Hermitage est repris par une communauté de malades de la lèpre qui en ont fait leur maison de vie. En 2015, le patrimoine est vendue à une association pour en faire un centre d'aide aux demandeurs d'asile. Certains habitants du village refusent catégoriquement [l'installation du centre], et le propriétaire nous autorise alors à beta-tester des choses. **L'Hermitage, aujourd'hui, c'est un tiers lieu d'expérimentation et d'innovation sociale et citoyenne en ruralité au premier kilomètre.** Notre objectif, c'est vraiment d'avoir quelque chose qui est opérationnel et qui montre qu'on peut **réorganiser des manières soutenables de fonctionner**, à l'heure des chocs ou des transitions.



Jean Karinthi, co-fondateur de L'Hermitage - Source : [Le Vase Communicant](#)

Comment définirais-tu un tiers-lieu ?

Moi, de ce que je peux connaître de la définition sociologique, c'est **un espace qui n'est ni le lieu de sociabilité familiale, ni le lieu du travail**. [Un espace] dans lequel, en fonction de la manière dont il est administré et gouverné, peuvent se rencontrer des profils qui ne peuvent pas se rencontrer ailleurs pour des raisons sociologiques, anthropologiques, économiques, culturelles, géographiques, etc.

C'est un espace qui n'est ni le lieu de sociabilité familiale, ni le lieu du travail.

Le tiers-lieu décloisonne. **On va plus vers le "faire tiers-lieux" que le "être tiers-lieux"**. C'est un processus. En fait, je me garderais bien de donner une définition formelle. Nous, à L'Hermitage, on fait tiers-lieu à la campagne, dans un environnement assez loin des grands centres de pouvoir.

On traite des enjeux qui relèvent de **l'agroécologie et de l'alimentation**, de **la gestion des espaces extérieurs**, et de tout ce qui touche à la **biodiversité**, notamment la forêt. On fait aussi tiers-lieu dans la manière d'habiter les lieux pour des **activités collectives et citoyennes et des activités professionnelles**. On adresse également l'enjeu de la **transition énergétique des bâtiments**.

Quelles mutualisations ont vu le jour au sein de l'Hermitage ?

Dès lors qu'il y a un intérêt collectif, il y a un impératif de mutualisation et de vision d'ensemble.

Ça dépend ce qu'on met derrière le mot mutualisation. Si on considère que la mutualisation, c'est la **mise à disposition d'un foncier pour des usages multiples qui ne sont pas affectés à un seul bailleur ou à un seul usage**, l'Hermitage est un lieu mutualisé. C'est une SCIC (société coopérative d'intérêt collectif), et dès lors qu'il y a un intérêt collectif, il y a un impératif de mutualisation et de vision d'ensemble.

Trois grands communs sont en train d'émerger sur le site : le commun alimentaire, à travers une micro ferme de deux hectares, une association de consommateurs, un café cantine et une association qui réunit producteurs et consommateurs locaux. **Le commun forestier** qui est un bois ouvert, où l'enjeu est vraiment de mettre les usagers à la table et de préserver la ressource commune. Ce soir, par exemple, on reçoit pour un petit apéro barbecue les usagers du bois qui veulent venir ; on a un groupe WhatsApp dans lequel on peut partager ; [on a un] gestionnaire forestier qui fait le plan de gestion du bois, et on est en train d'établir une charte ensemble.

Et puis il y a un **commun numérique**, qui est un peu plus compliqué à partager en milieu rural qu'en milieu urbain, parce que la considération qu'ont les gens pour le numérique est très consumériste et particulièrement hiérarchisée via le smartphone. Peu de gens s'interrogent et réussissent à aller dans des espaces dans lesquels on partage les enjeux des usages.

Trois grands communs sont en train d'émerger sur le site : le commun alimentaire, le commun forestier et le commun numérique.

Comment sont gérées ces ressources communes ?

A l'intérieur de l'écosystème foncier de l'Hermitage, il y a onze structures qui partagent l'espace, via différents types de baux. Mais l'espace tout entier est mutualisé dans la mesure où chacun de ces acteurs a besoin des communs : les coûts d'entretien des espaces extérieurs, les coûts mutuels humains. Pour le moment, on est encore en recherche et développement en matière de l'imputation de ces communs dans les charges des loyers. **On est passés par différentes expérimentations, on a essayé de faire des chantiers communs... Et puis les gens n'étaient jamais disponibles.** Ils disaient "oui, on va le faire ensemble, ça ne sert à rien de l'affecter financièrement", et puis en fait les gens viennent une fois, et encore !

Pourquoi cet intérêt sur le numérique, dès la création de l'Hermitage ?

C'est autant lié au profil des gens qui ont fondé l'Hermitage en 2017, qu'à un contexte de politique publique, qu'à un besoin. Je dirais que les deux premiers termes de l'équation sont majoritaires, et le troisième est relatif. Dès le départ, on a assumé le fait d'être en avant-garde. **On avait deux sujets spécifiques : celui du *hackerspace*, et celui de la médiation numérique.**

Les gens se sont trouvés confrontés à des impératifs de maîtrise des nouveaux outils [numériques].

Moi, j'avoue qu'au départ, j'étais dans l'utopie du *hackerspace*, du *citizen hacking*, qui vient de la culture des *hackerspaces* américain. Dans le projet de *hackerspace*, il y avait un FabLab, un Repair Café, et un garage associatif tourné vers la mécatronique. C'était ma doctrine initiale. **Mais je n'ai pas trouvé de modèle économique, de périmètre culturel de proximité.**

Le deuxième sujet, c'était les usages et pratiques, en lien avec l'explosion de la **politique publique de plateformes globale de toutes les activités administratives**, entre 2010 et 2020. Ça touche l'État, mais aussi tous les acteurs tiers comme les compagnies d'assurances, les banques, les mutuelles de santé, les activités de loisirs des familles et des enfants. Les gens se sont trouvés confrontés à des impératifs de maîtrise de ces nouveaux outils pour pouvoir continuer à développer leurs activités sociales. L'État accompagne ces changements via **ce qu'on [appelle] de la médiation numérique**. Avec une association qui s'appelait Codem, on a imaginé un FabLab de médiation.

Passer une journée à l'Hermitage, [c'est] être autant dans le vivant que dans le numérique. Tu peux passer la matinée en forêt et l'après-midi en FabLab.

Aujourd'hui, on [propose] un commun numérique de proximité : **les gens commencent à venir découvrir comment on fait de la fabrication numérique**, par exemple de la découpe laser. On a des personnes d'un certain âge qui sont d'anciens ouvriers spécialisés du monde de l'industrie, des artisans qui ont l'intention de plutôt mieux maîtriser ces outils, des jeunes qui sont dans le gaming et qui vont être plutôt attirés par la maîtrise de l'infrastructure.



Crédit : Fabrice Alves-Teixeira / Oise Hebdo

[Pour nos] publics cibles, notamment les jeunes publics, **on a un truc original, c'est qu'on peut proposer, aux centres de loisirs de passer une journée à l'Hermitage et d'être autant dans le vivant que dans le numérique.** Tu peux passer la matinée en forêt et l'après-midi en FabLab. Tu peux fabriquer un tuteur de plantes pour le potager partagé. L'idée, c'est de faire, dans la tête des gens, le lien entre le dur et le vivant, entre le minéral et le végétal.

Est-ce que l'ancrage territorial pourrait faire sens dans le monde de la tech au sens plus large ?

Je vais être assez radical, mais **si tu es un patron de la tech et que tu as un tant soit peu de veille tactique, tu te poses de sérieuses questions quant à l'avenir de ton mode opératoire s'il n'est pas ultra localisé.**

Ce qu'il faut, c'est maîtriser le premier kilomètre et, dans le numérique, ça va être un gros sujet.

Tous les acteurs qui considèrent l'évolution de la forme d'organisation sociale et politique dans les années à venir – dans nos pays confrontés à l'extrême tension de la réduction des ressources, et donc de l'augmentation des coûts de transport et coûts d'alimentation – se disent qu'**il va falloir qu'on propose des choses qui soient au premier kilomètre.** Les infrastructures vont aussi vivre un mouvement de repli. En 2035-2040, les gens n'accepteront plus des produits qui viennent de Chine. Ce qu'il faut, c'est maîtriser le premier kilomètre et, dans le numérique, ça va être un gros sujet.

Quel rôle les tiers-lieu peuvent-ils jouer dans une transition vers un numérique plus sobre, plus responsable, plus mutualisé, plus local ?

Le sujet, c'est comment créer des communautés de proximité, de résilience. On est dans une société où on est biberonné à l'État providence, où les collectivités jouent un rôle énorme. **On n'est pas autonomes en France, on n'a pas de culture d'autonomie en proximité.** On n'en a plus depuis un siècle et c'est vraiment le projet républicain : la République, elle souhaite être omniprésente. Elle a lutté contre une monarchie qui, même si elle était absolue, était quand même assez girondine.

On est dans un environnement où on a déployé la fibre pour permettre que les ruraux soient des habitants rentables au même titre que le sont les urbains sur le numérique. **La fibre, elle est faite pour que tu achètes le maximum de trucs. Mais est-ce que la fibre leur sert à acheter local ?** On a bien vu pendant le Covid que rien n'était prêt, qu'il n'y avait pas d'infrastructure du *click and collect* au premier kilomètre. Il faut mettre en face [des supermarchés] des infrastructures alternatives.

Dans la littérature d'Alexandre Dumas, même à 20 ou 30 kilomètres de Versailles, les gens ne savaient ni lire ni écrire, mais ils étaient dans un environnement local ultra structuré. Et les seuls qui ont réussi vraiment à pénétrer le fin fond du territoire, c'est l'Église catholique. **Tous ces enjeux, il faut les considérer à l'aune de la pensée tiers lieu.**

Le sujet, c'est comment créer des communautés de proximité, de résilience.

Concrètement, à l'Hermitage, ça veut dire quoi ?

Petit à petit, les gens viennent saisir à l'Hermitage ce dont ils ont besoin. Petit à petit, c'est leur lieu.

Ça veut dire que petit à petit, les gens viennent saisir à l'Hermitage ce dont ils ont besoin dans les trois grands communs qu'on a évoqués. **Petit à petit, c'est leur lieu.** C'est une manière de froter avec les institutions locales et de dire que les lieux de référence ne sont plus uniquement l'école, la mairie.

Nos évaluations dans les années à venir répondront à la question "tiers lieux, premier kilomètre, quel impact ?". On est en plein dans la mise en place d'outils d'évaluation. On a un partenariat avec Commune Mesure et on vient de rentrer dans l'alliance internationale 3Zéro : zéro exclusion, zéro carbone, zéro pauvreté. On pourra mesurer en quoi on est un tiers-lieu de **lutte contre un consommation frénétique**, et en quoi nos outils nous permettent de **construire collectivement des moyens de moins consommer**, et de **réduire l'exclusion** [de chaque personne]. L'idée, c'est d'avoir une communauté de tiers-lieux qui partagent cette problématique de l'évaluation de l'impact au premier kilomètre.



Cet article est extrait d'une série thématique que nous avons réalisée pour découvrir comment les acteurs et actrices de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech, par leurs modèles peu communs, leurs pratiques novatrices et surtout les valeurs qui les animent !

Le dossier complet est à retrouver ici :



[Comment les valeurs de l'ESS peuvent inspirer le monde de la tech](#)

Articles par l'association [Latitudes](#) – Entretiens réalisés par [Soizic Pénicaud](#)

Avec le soutien de la [Fondation Crédit Coopératif](#)