



ANNEXES

Table d'annexes

Transcriptions des entretiens	60
Entretien 1	60
Entretien 2	70
Entretien 3	81
Entretien 4	93
Entretien 5	107
Entretien 6	118
Entretien 7	132
Entretien 8	140
Entretien 9	149
Tableau d'analyse de presse	164
Articles de Presse	176
Bretagne	176
Pays de la Loire	180
Normandie	185
Centre-Val de Loire	188

Transcriptions des entretiens

Entretien 1.

AL : Déjà merci pour avoir accepté cet entretien et donc le sujet ça sera sur la légitimité d'Orange aux enjeux d'inclusion numérique dans le cadre de partenariats public privé. Donc cet entretien est en train d'être enregistrée et faire à utiliser juste pour de fins académiques, c'est vraiment juste pour écrire mon mémoire. Voilà donc pour commencer, tu peux te présenter, présenter tes missions, tes actions.



AR : Oui, donc je vais diriger un peu de la communication et de la RSE pour le Grand Ouest Grand ouest qui comprend les 4 régions, Bretagne, Pays-de-la-Loire, centre-val de Loire et la Normandie.

Donc j'ai cette double casquette et je répondrai parfois avec une casquette et parfois avec l'autre peut être des questions.

En termes de RSE, j'ai responsabilité transverse sur les 3 pieds de la RSE chez Orange que sont l'environnement, la diversité et l'inclusion numérique et une responsabilité opérationnelle. Et déployer le plan stratégique et en communication externe pour développer la préférence d'Orange.

Donc ça ne comprend pas la communication commerciale.

Je vais parler de la comm interne comme externe, on est dans une logique de préférence que les clients, ils le grand public, préfèrent Orange en plus dans une logique de marque ou pour ça, je m'appuie sur des équipes d'attachés de presse sur des équipes de communication via les réseaux sociaux et le fait de nouer des partenariats. Pour en parler.

Peut-être, euh, pour mettre en avant les avantages différenciants d'Orange qui peuvent être l'innovation qui peuvent être les réseaux mais qui peuvent être aussi l'inclusion numérique par exemple,

AL : Ça marche et donc on va rentrer un peu sur les sujets, donc pourquoi tu penses que Orange c'est un gage à l'inclusion numérique ?

AR : Alors, c'est une question qu'on a tout le temps conférence de presse OK, fin d'entraîner Orange n'est pas qu'une entreprise commerciale. Évidemment, il faut qu'on dégage de l'argent pour payer les salaires, payer les actionnaires aussi qui ont mis qui ont investi leur argent chez Orange, mais pas que.

Pas que.

On s'est doté d'une raison d'être, donner à chacune et à chacun avec les d'un monde numérique responsable et c'est une raison d'être qu'on sache à faire vivre à travers des actions qui nous apportent pas de revenus, en tout cas pas à court terme. Par rebond, probablement en termes d'image de marque développé, une image de marque et ça démarque ça, ça dégage une préférence de marque. Mais en tout cas, c'est pas un but, un but lucratif donc c'est pour ça que Orange l'investis dans



la Fondation Orange qui soutient un grand nombre de projets. C'est pour ça que l'argent que qu'Orange met de l'argent dans les partenariats, en des partenariats qui nous aident à développer des notamment les ateliers numériques à destination du grand public ou des pros qui ont besoin d'acquérir les rudiments d'internet en toute sécurité,

AL : D'accord et en parlant d'ateliers numériques, est-ce que t'as déjà animé des ateliers numériques ?

AR : Oui

AL : OK, et qu'elle est ton retour et quel est le retour des personnes ?

AR : Moi, je trouve que les ateliers numériques c'est super parce que on a un sentiment d'utilité immédiat, on aide directement des populations à comprendre ou à utiliser. Je l'ai fait sur des populations âgées, mais sur les populations âgées lorsqu'on. On arrive à se mettre à leur niveau, qui est parfois très bas en termes de connaissance d'internet, on on les aide immédiatement à à accéder à ce monde numérique.

Dont 13% sont encore éloignés. Oui, donc on a des questions à dire qui paraissent très basiques. Par exemple, pourquoi est-ce que je n'arrive pas à téléphoner alors que je vais acheter un téléphone, c'est parce qu'il faut mettre une carte Sim dedans, ou alors on lui demande de prendre une photo mais j'appuie sur l'appareil photo. Ça prend pas de photo bah oui mais il faut lever le téléphone et le mettre en face de ce qu'on veut prendre.

C'est vieux, c'est vécu. Et lorsqu'on aide, je me souviens d'une grand-mère à qui j'apprenais à à utiliser WhatsApp et à donc à prendre une photo et l'envoyer par WhatsApp.

Elle l'a envoyé à sa petite fille qui lui a répondu, et là c'était, c'était génial, c'était. J'avais changé sa vie allait pouvoir communiquer avec sa petite fille, donc il y a ce il y a ce retour qui est immédiat, qui est extrêmement gratifiant aussi pour celui qui le qui le délivre. Et puis j'ai fait aussi des ateliers numériques pour les jeunes et le fait de pouvoir prendre du temps à travers un jeu à travers quelque chose de ludique pour leur expliquer les dangers, notamment du Cyberharcèlement.



Des choses qui croient connaître mais qui ne connaissent pas vraiment dans le détail d'ailleurs, ça leur permet d'avoir des armes, pas tomber dans le panneau. Se faire arnaquer ou eux-mêmes, ne pas alimenter par leur comportement des attitudes de cyberharcèlement envers les autres.

AL : OK et d'après toi, quels seraient les points faibles ?

AR : Des ateliers numériques c'est que c'est sans fin, donc le nombre de sujets à adresser dans le domaine de du numérique et sans fin et les populations à adresser sont énormes. Donc le point faible, c'est que on n'a pas les moyens d'adresser tout le monde. Oui, donc on est obligé d'organiser des ateliers en fonction de notre capacité à les délivrer.

Genre, on permet à tout salariés d'Orange de prendre 2 jours par an sur son temps de travail pour pouvoir délivrer ces ateliers numériques gratuits.

Et ça, c'est assez unique, mais c'est sur la base du volontariat. Et on complète ce dispositif animé par les forces d'Orange, par des par des partenariats externes. Qu'on paye donc si on fait le cumul des 2, ça nous permet d'avoir un grand nombre de bénéficiaires.

Mais si on voulait couvrir tout le Grand ouest là il faudrait 100 fois plus de moyens.

C'est surtout ça je dirais la faiblesse du dispositif, mais par construction, c'est normal, c'est une, c'est une faiblesse relative.

Et puis peut-être le fait que ce n'est pas assez connu, notamment par les collectivités locales, les mairies qui nous aident à organiser ce type d'atelier.

AL : D'accord, maintenant, nous allons rentrer dans les sujets un peu plus partenariats et donc. Pour toi, pourquoi Orange fait des partenariats ? et qu'est-ce que tu penses de fait que Orange passe par des partenariats pour déployer sur une stratégie d'inclusion numérique ?

AR : On a un nombre assez limité de volontaires et donc on est au maximum de notre capacité, donc soit on se dit on fait, on se limite à 400 ateliers par an, 400 bénéficiaires par an faits par nos ambassadeurs, soit on pousse le curseur à travers des partenaires externes pour aller plus loin que les 400 et pour aller 4400 plus 4000.

Pour aller jusqu'au 12000, donc c'est pour ça qu'on on passe par des partenariats, c'est pour pouvoir démultiplier notre action.



Et puis parfois les partenariats nous aident aussi, allaient atteindre des populations que l'on ne sait pas atteindre autrement, donc y a on a plusieurs types de partenariats, on a des partenariats avec des collectivités locales, donc là effectivement c'est assez pratique parce que elle connaissent bien leur population, notamment les petites mairies connaissent le monde par leur nom et elles savent à qui elles peuvent proposer. Et puis elles peuvent mettre à disposition une salle municipale donc c'est bien elle nous aide à communiquer sur le sur le sujet, donc là c'est un partenariat pour chercher le bénéf petit cœur.

Et puis on a d'autres types de partenaires qui font plus référence au premier calque.

Je citais qui sont des partenaires pour nous aider à délivrer à la place de mes ambassadeurs les ateliers numériques et qui la travaille en autonomie, mais avec du personnel que l'on a formé et avec notre matériel.

AL : D'accord et est-ce que tous les partenariats demandent d'un engagement économique de la part d'Orange ou pas forcément

AR : Avec les collectivités, le partenariat qu'on a n'a pas de contrepartie financière. Par contre avec les partenaires qui délivrent, Oui, oui, on les, on les payé pour ça,

AL : OK pour toi, quelle serait la durée optimale ou idéale d'un partenariat ?

AR : Bah il faudrait que ce soit au moins 2 ans parce qu'il faut le temps de de former les personnes.

Déjà, il faut déjà établir un partenariat, ça demande du temps aux dames. Donc, pour que ce temps en amont soit en stabilisé, même si c'est il n'y a pas toujours l'aspect financier, mais par rapport à la personne qui travaille dessus, il faut que ce soit au moins fait que ça dure au moins 2 ans.

Après, il faut former, il faut accompagner le déploiement, il faut vérifier que ça se passe correctement, éventuellement faire des ajustements.

Quant aux dispositifs de déploiement Quant aux populations touchées.

Et ensuite, une fois que ça, que ça roule, c'est là où grange les bénéfices. Bénéfices non financiers encore, mais ça permet aussi de travailler sur des logiques d'expansion, par exemple d'expansion territoriale.



Si on signe un partenariat sur un périmètre géographique donné, on peut être capable l'année suivante de l'étendre. Aussi, tout s'est bien passé donc je dirais au moins 2 ans et après il n'y a pas de limite de durée que tout se passe bien.

AL : Est-ce que tu trouves Orange comme un partenaire pertinent ?

AR : Alors oui, réponse courte, oui.

Réponse un peu plus longue.

Euh, n'y a pas tant de partenaires en fait sur ce domaine-là qui agissent Google, c'était beaucoup engagé à une époque.

Euh, et c'était très bien pour faire progresser la cause commune. C'était très bien, mais ils se sont recentrés depuis plus sur des ateliers de découverte de leurs outils, plutôt que la découverte de du web, de des applications les plus courantes, des dangers qui sont beaucoup moins dans la sensibilisation. Mais ils sont beaucoup plus dans. Découvrez Google, ce qui est un choix, eux, pour le coup, ils n'ont pas dans leur raison d'être la montre vocation philanthropique. Ouais donc il reste, il reste qui il reste Orange qui fait beaucoup sur le sujet et qui a l'avantage d'être un de d'être un acteur sur l'ensemble du territoire français. Donc on est après, il y a beaucoup de d'associations locales qui œuvrent sur le sujet et c'est très bien.

C'est très, très bien, mais lorsqu'on veut contractualiser ou lorsqu'on veut s'associer à un partenaire qui est une empreinte plus forte sortie d'Orange, il apparaît tellement possible que la Poste vienne sur ce sur cette partie-là, parce que diversifié beaucoup les actions des facteurs. Et c'est quelque chose qui pourrait arriver aussi, il y a le, y a eu, le maillage et puis et puis c'est une entreprise qui a aussi une vocation, un peu sociale.

AL : OK, pour toi, quels sont les principaux avantages pour Orange d'avoir des partenariats et qu'ils sont les difficultés pour les avantages,

AR : Les décrits tout à l'heure, plus sur les difficultés qu'on a, c'est alors, plusieurs types de de partenariats.

Encore une fois, si je réfléchis un peu avec les collectivités locales, on a finalement assez peu



de difficultés à partir du moment où on s'est mis d'accord pour organiser quelque chose. On arrive toujours à le à le faire, donc pas trop de difficultés après lorsqu'on travaille avec des associations, c'est plus compliqué parce que une association, ça fonctionne sur des bénévoles qui sont pas toujours carrées, qui savent pas toujours bien. Comment ouais, comment travailler avec un groupe comme Orange ? Mais là, on peut avoir des difficultés où on essaye de mettre en place. Finalement, il ne se passe pas grand-chose. On a plusieurs exemples, on a mis en place des partenariats, y compris à Rennes, ici et et derrière ils n'ont rien fait. Donc ça, c'est une difficulté pour nous, c'est vraiment de mieux assurer de la fiabilité et de la capacité, vraiment à mettre en œuvre ce pourquoi on a contractualisé.

AL : Et ça me vient à l'esprit parce que ça parle de Rennes et est-ce qu'il y a un territoire qui est plus ouvert à travailler avec Orange que d'autres ou si oui,

AR : Alors un territoire en tant que territoire ? Non, je ne pense pas. Après nous pour déployer nos actions d'inclusion numérique, on s'appuie sur des relais locaux. Donc, typiquement ça va être les directions régionales et puis les responsables des partenariats. Je donc sur les régions sur lesquelles ils ont le plus de contact, c'est là où ça avance le plus. C'est mon en fonction de la sensibilité des directeurs, eux relations avec les collectivités locales aussi.

C'est certains sont très sensibles au sujet de beaucoup moins, donc ils ont plus ou moins d'appétence à trouver des mairies avec lesquelles travailler. Voilà, c'est surtout ça en termes de partenariat, mais je pense pas qu'il y ait des endroits qui ont plus envie ou moins envie d'avoir ce type de l'atelier.

AL : Okay et comment l'image d'Orange influencé la décision d'établir ou pas un partenariat ?

AR : Alors c'est sûr que lorsqu'on regarde un partenaire potentiel, on passe toujours par une phase de diligence. Oui, donc, d'une manière un petit peu à informelle, je dirais en fonction de notre expérience. Dans un premier temps et ensuite, lorsqu'on est plus proche de la signature, on passe par une équipe à Paris qui qui regarde plus précisément.

Le domaine d'activité, ce que font les fondateurs ou les dirigeants en les regardant un peu, ce qui est déclaré en termes financiers, pour être sûr qu'on est là et qu'on est en train de traiter avec



des personnes avec qui on pense traiter.

C'est important parce que l'image d'Orange est associée sur ce sur ce sujet-là pour répondre d'une manière aussi un peu différente, c'est que dans tous les ateliers que l'on mène avec les partenaires, parce que ces ateliers sont délivrés où lorsque le partenaire communique sur ces ateliers, il doit respecter un certain nombre de critères sur la marque. Donc on lui fournit des éléments de langage.

Dès qu'elle ne doit pas dévier, s'il utilise un logo, il faut que ce soit un logo qu'on lui fournit pas quelque chose qu'il a pris un papier collé sur Internet. Ça, forcément, celui a utilisé. Et puis on a toujours nos kakémonos où notre identité visuelle, qui doit être déployée, tout qui et qui besoin de les principales questions à se poser avant de signer un partenariat avant des choisir un partenaire, il faut toujours réfléchir à notre intérêt, bien sûr, mais surtout à l'intérêt du partenaire.

OK parce que sinon ça se fera pas en fait et c'est un peu la problématique qu'on a sur certains partenariats. On est assez enthousiaste, alors on signe, mais en fait, le partenaire est lui, il l'a fait parce que, à un moment ça ne l'arrangeait de signer avec Orange, quel qu'en soit les raisons.

Mais n'est pas vraiment envie de mettre en œuvre, et derrière le but, ce n'est pas de de partir sur un recours juridique avec un partenaire des ateliers numériques donc, donc il faut bien réfléchir à la fiabilité du partenaire.

La, la capacité à travailler à tu vas travailler en bonne intelligence avec lui parce qu'on a et parfois à être un petit peu flexible et souple dans l'exécution de de la convention de partenariat, on a des partenaires avec qui on a dû arrêter de travailler parce que dès qu'on leur demandait quelque chose, c'était soit non, soit c'était compliqué, soit il fallait payer en plus où finalement c'est pas comme ça qu'on avance.

En termes d'image, il faut que ce soit un partenaire cohérent avec Orange, avec ses valeurs d'évident, pas un concurrent oui ou par un partenaire déjà associé avec un concurrent. Et oui, quelqu'un qui va avoir une image, une image qui, qui à côté de laquelle la marque Orange pourra exister.

Après, ce à quoi on va ici, thématiquement, c'est l'équilibre des contreparties. Un partenariat doit être équilibré donc, et l'unité de mesure, ça reste l'euro, donc, converti tous les apports de chaque partie en euros, que ce soit de l'apport financier, là, c'est le plus simple, que ce soit de l'apport technique et là c'est pas toujours simple.



Mais il faut pouvoir le chiffrer ou alors de l'import intellectuel ou de la main d'œuvre qu'on est capable d'évaluer.

Une mise à disposition d'hommes jour, et derrière, il faut que ce qu'apporte les partenaires à et ce qui apporte le partenaire B au total soit équilibré, d'accord et comment tu pourrais décrire l'impact des actions pour l'inclusion numérique, ce que c'est possible de mesurer l'impact en termes de chiffres ou comment ça pourrait s'améliorer. Voilà, actuellement on le mesure en termes de nombre de bénéficiaires. Non parce que on est sur des activités où on passe 3h avec un groupe 2h avec un groupe et on est capable de compter les membres du groupe, donc ça on va dire que c'est la bonne métrique. Typiquement, on sort dans 2 jours, un dispositif de sécurité grand public qui leur permet de vérifier si les liens ou les emails reçus sont suspicieux ou pas. Comment ça fait partie aussi. Ça rentre dans la mission d'Orange de responsabilité numérique. C'est un service gratuit que l'on donne alors à la fin, on s'y incapable de tester le nombre de personnes inscrites sur la plateforme ou le nombre est le nombre de de tests qui auront été faits. Mais je pense qu'on pourra aller plus loin et dire pour si si en gros actuellement les 2/3 des Français sont soumis à des menaces, si on en a. Et qui reçoivent ces menaces qu'ils en reçoivent. Je sais pas sans par moi ou quelque chose comme ça derrière, en fonction de ton homme d'inscrit, t'es capable de de faire la multiplication et de dire le nombre de risques que tu as évité à la population française. Donc je pense qu'en termes de de mesure, c'est bien de se rapprocher autant de d'un, d'une métrique qui parle au public. Ça, c'est pas toujours facile. Surtout dans les objets sociaux c'est pas toujours facile. En tout cas, le nombre de le nombre de bénéficiaires, c'est, c'est pas mal. Et puis il y a l'effet induit sur l'i image qu'il a beaucoup plus compliqué à mesurer. On peut mesurer le nombre d'articles de presse sur le sujet, le nombre de, de, d'impressions ou de réactions sur les postes qu'on fait dans les réseaux sociaux sur le sujet. Mais, mais comme on est sur un domaine purement d'image, c'est difficile de mesurer l'impact direct.

AL : OK, Euh alors on arrive à la fin donc, hum. Pourquoi s'engager à l'inclusion numérique ? Pourquoi avoir une stratégie d'inclusion numérique ?



AR : Je vais un peu la première question, c'est, on aurait le choix de d'être une entreprise purement commerciale et ce n'est pas le choix qui a été fait. Le choix qui a été fait, c'est de reconnaître la responsabilité que l'on a en tant que opérateur, tant que fournisseur de solutions numériques, de reconnaître les dangers qui sont associés avec ces solutions numériques. Et et d'aider nos clients à prendre le meilleur dossier solutions et éviter le pire, donc être capable de les utiliser intelligemment, en conscience, sans risque, sans déviance. Et c'est un peu comme l'environnement, on sait qu'on est dans un dans un secteur qui est, qui est générateur de CO 2, qui qui a des incidences aussi sur sur le travail social de au moins d'ouvriers qui peuvent travailler dans des conditions discutables.

J'ai l'extraction des métaux rares oui, on sait qu'on a toutes ces problématiques et. Que ce soit la fabrication des outils connectés, le smartphone et le et le PC, ou leur usage, ça consomme énormément de carbone, alors on pourrait dire nous ce qu'on tombe juste à notre propre une autre consommation ? Mais avant même que qu'il y ait la double matérialité, on était déjà dans une logique de de travailler, hein, à réduire l'impact de de la filière, de d'être très sélectif sur nos fournisseurs. Rapport à cet aspect-là et d'aider aussi une client à à sortir un petit peu de de leurs écrans toute la journée. Donc, cette cette mission responsable de d'Orange, c'est une mission en responsabilité

AL : OK bon ça c'est la fin, je n'ai plus de questions mais après si tu veux ajouter une autre chose ?

AR : Je pense que c'est intéressant de tirer le trait et de regarder hein tout ce que je t'ai dit c'est aujourd'hui en fait et demain ce sera quoi ? L'inclusion numérique chez Orange, c'est des questions qui sont, qui sont intéressantes parce qu'il y a un moment aussi avec le renouvellement des générations où finalement le fait d'apprendre à utiliser le numérique sera trop. Il y aura la partie cybersécurité du particulier. Comment apprendre à déjouer les arnaques en ligne il y a beaucoup de monde qui perd beaucoup d'argent. Et ça peut faire peur. Et puis, et puis peut être que l'enjeu, il basculera plus sur la partie environnementale que, finalement, l'empreinte du numérique, je, je ne sais pas. En tout cas, ce qui est sûr, c'est que c'est un domaine dans lequel on pourra pas aller seul et il y



aura toujours besoin de partenariat et certains et même de plus en plus, et avec l'éveil qu'on voit de plus en plus sur ce sujet de responsabilité d'entreprise. Moi j'y vois quelque chose de positif pour construire des partenariats avec d'autres entreprises, mais il faut que ça reste des choses qui soient concrètes et pas des grandes déclarations d'intention.

Donc c'est pour ça que de le faire un échelon local. Ou sans me faire plus de sens que d'être uniquement sur des grandes conventions signées entre des grands groupes du CAC 40 à Paris.

Ouais, les médias qui sont difficiles à déployer, donc je pense que plus on est au niveau local, plus on arrive à rendre concret les partenariats.

AL : Merci beaucoup.

AR : Je t'en prie.

Entretien 2

AL : Merci pour avoir accepté et pour commencer.

Donc tu peux te présenter et présenter tes fonctions, ton poste.

AC : Alors je m'appelle Alexandre Cros, je suis directeur en charge des relations avec les collectivités locales pour les départements de la Sarthe, de la Mayenne, chez Orange et en gros. C'est

quoi ?

Les missions principales de ce poste, c'est d'être le représentant d'Orange sur un territoire vis à vis des collectivités locales, du monde économique, des chambres consulaires et de l'État.

Et des associations enfin, tout ce qui est externe.

AL : Oui, OK et dans ce type d'activité ?

Enfin, quel type d'activité sont liés avec l'inclusion numérique au cultivés d'offres ou tu proposes aux collectivités concernant l'inclusion numérique ou c'est une ?

AC : Alors principalement sur l'inclusion numérique.

Ça tourne autour des ateliers numériques, donc les ateliers numériques.

AL : Oui.

AC : C'est un dispositif qui est proposé par Orange qui vise à ne pas laisser sur le bord de la route des personnes exclues de la révolution numérique et d'accompagner ces personnes sur un



cycle de formation où d'information, généralement de 4 ateliers sur différentes thématiques qui permettent.

Oui, de désinhiber ces personnes, de les rendre plus à l'aise par rapport à ces nouveaux outils, de démystifier aussi certains, certaines peurs, certaines appréhensions. Et en gros, comment ça se passe au niveau de mon métier ? Généralement, nous, on va conventionner avec soit des mairies, soit des collectivités au plus large, un département par exemple ou une association. On va leur demander de nous aider à communiquer sur ces ateliers, les organiser avec elle, qui nous mettent à disposition une salle par exemple et nous en contrepartie, on va dispenser, grâce aux ambassadeurs Orange qui sont des personnels qui sont formés et qui dédient leur dans leur temps de travail du temps disponible pour au service de ces ateliers numériques et donc nous on va dispenser avec ses salariés ambassadeurs ces ateliers numériques pour un groupe à peu près de 8 à 10 personnes à chaque fois.

AL : OK ça marche et est-ce que t'as déjà animé ce type d'atelier numérique ou c'est toujours dans la partie va être toujours dans la partie organisation ?

AC : Non, moi aussi je suis à Bosseur Orange hein. Donc en fait, pour moi c'était intéressant dans l'animer. Un certain nombre pour me rendre compte un peu de la façon dont ça se passait, donc ce n'est pas obligé d'en la fonction d'animer des ateliers numériques.

AL : Oui.

AC : Mais moi je l'ai fait par intérêt et donc j'en ai animé un certain nombre effectivement. Euh, j'en ai animé à peu près 3 ou 4.

AL : OK et d'après toi, quels sont les points forts et les points faibles de ce type de d'ateliers ?

AC : Alors les points forts de ce type d'atelier, c'est que on s'adresse à des personnes qu'on ne pourrait pas toucher avec d'autres dispositifs, c'est à dire des webinaires, des choses en ligne, des didacticiels, des, des, des. Comment on appelle ça ?

Je ne trouve plus le mot mais en tout cas des sessions de formation en ligne, etcetera on, on c'est des personnes qui ne Touche pas avec ce type de dispositif, donc grâce aux ateliers numériques, on va, on va pouvoir adresser une cible qu'on peut pas adresser avec les autres outils, ça c'est la première premier point fort. 2eme point fort, c'est que c'est interactif, c'est à dire que les personnes peuvent interagir avec l'animateur de façon assez libre et même interagir entre eux.



Ça, c'est aussi un avantage des ateliers numériques. Et puis on crée un collectif parce que généralement, le groupe de 8 à 10 personnes, il va faire les 4 ateliers, donc on se retrouve avec une régularité.

AL : Oui

AC : sur un temps peu long, la personne va se retrouver de façon régulière pour partager un moment ensemble d'apprentissage autour du numérique. Et puis l'autre point fort, le dernier que je vois, moi, c'est que c'est très concret. C'est très pratico pratique, c'est à dire que les personnes, elles vont dans certains ateliers utilisés leurs compétences directement avec leurs outils, avec leur smartphone par exemple. Et donc c'est un des cas d'usage très, très direct et donc en en faisant les choses, on apprend plus facilement les points faibles de ce type d'atelier.

AL : Oui.

AC : Moi, j'en vois qu'un c'est que comme c'est un dispositif qui est qui, qui s'adresse à une petite jauge de personnes, tu peux pas toucher. Énormément de gens en même temps, c'est à dire que t'es obligé d'en faire, de démultiplier ces ateliers pour pouvoir toucher un maximum de personnes. Donc ça c'est un peu le point faible et surtout que. Sur les ateliers, tu vas avoir un problème de disponibilité des ambassadeurs puisque en fait les ambassadeurs Orange ils sont pas forcément disponibles, ils travaillent, ils ont un vrai métier à côté, ils font ça sur leur temps de travail mais ils font ça aussi de façon un peu bénévole donc il faut que ces personnes soient disponibles.

AL : Oui.

AC : Temps de transport. Et puis y a une y a une y a une inégalité un peu territoriale puisque les zones où il y a beaucoup de salariés Orange et Ben par définition il va y avoir beaucoup d'ambassadeurs, de disponibles les territoires où t'as moins de salariés Orange et Ben par définition il faut faire venir des gens d'un autre département. Enfin, c'est plus compliqué à organiser.

AL : OK donc l'intérêt de faire des fois des partenariats aux associer avec d'autres d'autres institutions ?

AC : Voilà ouais qui permettent effectivement de dupliquer ces ateliers, c'est à dire de les vendre enfin, de les vendre, de les rendre disponibles en marque blanche hein ?



AL : Oui.

AC : Ce qui permet effectivement de se servir de centre de Cros, d'animateurs, et cetera, pour dispenser des ateliers par la suite.

AL : OK.

Et justement, qu'est-ce que tu penses de fait que Orange passe par des partenariats pour déployer sa stratégie d'inclusion numérique.

AC : Alors moi je trouve ça bien en revanche.

Moi, je c'est quand même mieux quand c'est des salariés Oranges qui le font parce que déjà c'est un effet cool, c'est qu'en termes de d'implication en termes de Sentiment de de valorisation des salariés

De d'implication dans le projet stratégique de l'entreprise de de de disposer de d'épouser le sujet de l'inclusion numérique, ça a un effet positif en interne, c'est à dire que d'un point de vue du management et d'un point de vue des RH, les ressources humaines ça permet d'englober et de faire participer les salariés à un projet lié à l'inclusion. Ça c'est intéressant quand tu le dispenses, fait dispenser par des organismes autres. Bon, l'avantage c'est que tu peux, tu vas pouvoir démultiplier tes ateliers et toucher plus de monde, mais tu perds un peu ce côté appartenance au groupe Orange. Ce côté valorisation des salariés aussi parce que c'est très valorisant pour un salarié d'aller former, d'aller porter la bonne parole, et cetera. Donc si tu veux moi je trouve que le fait que ce que les salariés Orange ça apporte beaucoup, ça apporte beaucoup aux personnes qui vont qui vont bénéficier d'ateliers mais surtout aux personnes qui vont aussi le dispenser.

AL : OK, et pour toi, quelle serait la durée idéale ? Du coup, pour faire un partenariat ?

AC : Dans le temps ?

AL : Oui.

AC : Ouais, alors moi je pense que ça peut être des partenariats longs par exemple tu vois sur la ville de Château-Gontier, à Mayenne. Là, ça fait à peu près plus de 2 ans qu'on fait des ateliers numériques, donc ça peut des partenariats longs quand ça fonctionne bien, quand ça marche bien et quand la collectivité est bien impliquée sur la communication, sur l'inscription des personnes qui vont bénéficier des ateliers, on peut aller sur des partenariats long. C'est pas un problème



AL :

OK.

Et du coup, est-ce que tu trouves que Orange c'est un partenaire pertinent pour déployer ce type d'action pour l'inclusion numérique.

AC : Alors moi j'y crois assez, mais en fait c'est un un positionnement stratégique d'entreprise d'Orange.

La façon dont les personnes allaient appréhender les usages et les outils du numérique. Je pense en tant que telco, en tant que opérateur de Télécom, en tant que fournisseur de services d'usage et de contenu ont on a un rôle à jouer dans la façon dont les gens vont utiliser les outils, et je dirais même plus, on a une responsabilité. Moi, je j'emploie encore un mot un peu plus fort. On a une responsabilité sur le développement des usagés et tu vois, je parle, je pense à quelque chose.

Euh, qui est à la mode, mais qui est aussi un sujet important. Je pense aussi pour branche, c'est la sobriété numérique, la sobriété numérique. C'est un sujet important parce que c'est un sujet d'éducation, c'est un sujet de d'appréhension de la consommation des contenus.

C'est un sujet de pédagogie et c'est aussi un sujet de santé mentale aussi. Puisque.

On peut y a des études hein ? Déjà, qui disent que l'utilisation des écrans, notamment pour les plus jeunes enfants, quand cette utilisation n'est pas modérée, n'est pas, n'est pas régulée, peut avoir des conséquences néfastes sur la santé. Et puis aussi l'aspect, l'aspect RSE, l'aspect bilan carbone. Toi, c'est pas à toi que je vais apprendre que le numérique est un gros contributeur au rejet de CO 2 et donc l'usage de enfin la question de la sobriété numérique est une question centrale.

AL : Ouais.

AC : Pour la sobriété carbone aussi, voilà.

AL : OK, et pour toi quelles sont les difficultés pour Orange des déployer les actions d'inclusion numérique à travers des partenaires à part ce que tu racontais tout à l'heure ?

AC : Alors les difficultés qu'on peut avoir, c'est de maîtriser effectivement le discours, même si on donne des supports à partir du moment où on laisse la main un partenaire pour déployer



des ateliers tu perds un peu le contrôle sur la façon dont ça va être fait. Bon, ça c'est une petite difficulté, hein ? Et puis en plus la 2e difficulté, c'est la capacité qu'on va avoir à intégrer ou voire, inclure des partenaires sur ce dispositif. Généralement, les gens qui font ça quand ils ne font pas ça, ils font autre chose et donc il faut les libérer du temps. C'est pareil, hein. Il faut leur trouver, il faut les former, et cetera.

AL : Oui.

AC : Et donc c'est pas toujours évident effectivement de de de maîtriser de cette chaîne, de cette chaîne de valeur si tu veux entre nous et le partenaire.

AL : Ah OK, et nous allons passer un peu sur un autre sujet, enfin, c'est lié. Pour toi, comment l'image d'Orange influencé la décision à l'heure d'établir ou pas en partenariat ?

AC : Ouais.

Y a encore des choses à montrer et à démontrer sur ce sujet-là, c'est à dire que Orange est une entreprise qui a beaucoup de notoriété, qui est très connue. D'ailleurs, il suffit de mettre le logo Orange quelque part, le carré et les gens identifient la marque Orange directement, donc c'est une marque qui est connue, qui a un bon taux de notoriété. En revanche, sur ces parties de de développement, des usages, d'inclusion, de vulgarisation, etcetera. Il reste encore du chemin pourquoi Orange soit identifié comme une entreprise favorisant l'inclusion numérique, c'est pas encore très connu, donc je pense que alors on y œuvre hein ? C'est à dire que on fait des conférences de presse, on ça ne fait une interview sur France Inter, il y a pas longtemps, il on essaie de communiquer sur ces ateliers, sur ce qu'on fait, mais aujourd'hui je pense que tu vas dans la rue, tu vas faire un micro trottoir et tu vas demander à quelqu'un, est-ce que Orange fait des ateliers numériques ? Les gens, ils savent pas. Donc y a y a un effort de COM à faire. Et puis y a un effet, il y a un effort de volume, c'est à dire que aujourd'hui, ça reste confidentiel. Et c'est normal, on c'est pas le métier d'Orange de faire des ateliers numériques, c'est une des une des missions d'Orange, une des dimensions qu'on peut, d'une pierre qu'on peut apporter à



l'édifice.

Mais si tu fais pas un gros volume, t'auras pas de notoriété effectivement.

AL : OK, et est-ce que ça te j'ai arrivé que tu essayes de convaincre en partenaire à établir un partenariat soit avec une collectivité ou avec une association, ou avec un autre type de d'organisme et que et qu'ils refusent à cause de l'image d'Orange ?.

AC : Alors qu'il refuse directement non parce que généralement ça se passe pas comme ça dans la relation, les gens refusent pas directement. Par contre, qu'ils ne mettent pas d'énergie à le faire, qu'il faille les relancer régulièrement, que ce soit compliqué à mettre en place. Alors pour différentes raisons, pas forcément à cause de l'image d'Orange, mais plutôt parce que ça demande des efforts quand même de la part de la collectivité ou de l'association de monter les ateliers, de gérer les inscriptions, etcetera.

Et donc le frein principal. Il est plutôt là plutôt que la présence d'Orange.

AL : OK.

Et pour ça, qu'ils sont les principales questions, à se poser, avant de signer, où faire un partenariat ou en convention de ce type ?

AC : Je pense que la question qu'il faut se poser, C'est pourquoi on le fait, pourquoi on choisit cet organisme, cette association, cette collectivité ?

L'autre question qu'il faut se poser, c'est.

Quel impact ça va avoir en termes de communication et en termes d'efficacité ?

C'est à dire ce qu'on va toucher, le nombre de personnes qu'on va vouloir toucher et ce que le public et bien dans la cible de celles qu'on s'est fixées et ce qu'on a bien.

On s'adresse bien aux bonnes personnes, donc ça c'est vraiment les bonnes questions à se poser avant de, avant de commencer à à faire à faire des ateliers.

AL : Oui.

OK, et est-ce que tu pourrais décrire l'impact de ces types d'ateliers où cette ces types de de partenariats ou c'est pas facile à mesurer ?

AC : Alors, ce n'est pas évident à mesurer par contre les participants répondent à une à un questionnaire d'évaluation hein ?

Donc on a un retour de leur ressenti par rapport aux ateliers.



Ça, c'est un premier indicateur mais surtout quand tu animés des ateliers, t'as le feedback direct des personnes qui à la fin de l'atelier. Témoignent de leur du fait qu'ils sont contents d'avoir eu d'avoir appris des choses, d'avoir débloqué un certain nombre de situations, d'avoir un échange entre eux. Encore une fois, c'est assez important. Tu vois par rapport à un webinaire où tout le monde est derrière son ordinateur ? Le fait d'être d'ensemble dans une salle, ça crée aussi un collectif si tu veux d'échange, où ils disent où ils partagent des expériences par exemple, ils vont dire Ah ouais, mais moi, depuis que j'ai WhatsApp, je peux envoyer des photos à mes petits-enfants. J'ai retrouvé une relation que j'avais perdue, et ils se nourrissent les uns et les autres de leur expérience, donc ça c'est intéressant d'avoir ce type de retour direct des ateliers.

AL : Ouais.
Oui, c'est très intéressant, surtout s'ils font toutes le cycle d'ateliers.

AC : Oui, c'est ça, surtout, c'est pas tout. Et puis toi aussi, pour ceux qui ont de la famille éloignée des enfants qui sont à l'étranger, le fait de pouvoir recommuniquer avec eux, eux le, le truc sur les dangers des, des réseaux sociaux, ça, ça désinhibe aussi. Ça, ça permet d'avoir plus de confiance. L'atelier sur la protection des données, c'est pareil, ça, ça permet de lever un certain nombre d'habitudes aussi par rapport aux usages du numérique, ou alors d'être plus prudent alors que avant de faire l'atelier, Ben on était un peu prudent par rapport à certains, à certains usagés, etc.

AL : Oui, OK et d'après toi, donc pourquoi Orange fait des actions pour l'inclusion numérique ? Pourquoi Orange s'engage à cette fin ? Pourquoi choisir l'engagement des inclusions numériques et pas un autre ?

AC : Alors ça, soit c'est un choix stratégique, hein ? C'est un choix, c'est un choix, c'est un choix stratégique, c'est à mon sens. Y a deux raisons. Déjà, c'est un sujet qu'on peut plus, euh. Ne plus traiter aujourd'hui parce que c'est un sujet central de notre société et que si tu le traites pas, euh. Tu as une responsabilité quand même, quelque part dans la façon dont ça va évoluer, ça, c'est



la première chose.

Même si Orange va pas dire moi, je suis responsable du fait que il se passe aussi, il se passe ça mais en tout cas prendre sa part de responsabilité et faire sa part dans la pédagogie, dans l'éducation et cetera. Ça permet aussi de mesurer l'état de l'art, avoir comment on est au niveau des usagés, et cetera. Donc, c'est assez riche pour un opérateur d'avoir ce type de retour 2e chose, moi je pense que pour un opérateur TELCO ça va être un facteur de différenciation pour les clients à terme, pas encore, mais clairement moi je pense, et notamment quand je pense de la génération, les gens ont plus jeunes.

Je pense que la façon dont vous allez consommer ou qu'on vous, la façon dont vous consommez déjà votre la façon dont vous consommez les produits et les services, le facteur éthique de l'entreprise.

On rentré dans le critère de choix, ou en tout cas vous posez la question, peut-être pas tous les jeunes parce que les jeunes s'en fout ils vont chez shein, ils achètent des vêtements fashion, ils prennent l'avion 15 fois par an mais je pense que votre génération quand même parce qu'on en parle beaucoup, hein, de l'avenir de la planète, etcetera va Orienter ses choix. Peut-être.

Je dis peut-être en tout cas, c'est un pari que font les entreprises qui s'investissent dans leur bilan carbone, l'inclusion numérique, la RSE demain général. Ça va être un facteur d'utilisation, j'imagine que alors je me trompe peut-être, hein, entre un opérateur.

Euh, qui est pas du tout éthique ?

Et un opérateur qui fait attention à à aux problématiques, à sa responsabilité sociale d'entreprise et Ben le critère de choix d'un forfait ou d'un accès à internet ou d'un service. Il va avoir un effet positif de sa politique sur le choix que les gens vont faire. Moi je pense, hein, alors peut-être pas tout de suite, peut-être pas dans un premier temps, mais en tout cas sur le long terme ça peut jouer.

AL : Oui, tout à fait.

Moi je pense pareil.

AC : Moi, attention, moi moi en tout cas, même si je suis pas, je fais pas partie des jeunes quand J'achète quelque chose. Quand j'achetais chose, je fais attention, Ah, ça provenance à la façon.



Là, cette chose a été fabriquée.

À la valeur que ça a sa durabilité dans le temps à ça au fait que on puisse le réparer ou pas. Je me pose la question en tout cas, c'est un critère de choix.

AL : Oui, mais ça revient de plus en plus. En plus, on voit dans le marché, on trouve plus d'options aussi. Ce qu'avant, je ne sais pas, je pense que les gens ne se posent pas la question. Donc les entreprises non plus.

AC : Ouais et puis en plus toi. Le, les 30 Glorieuses, tu vois là, la génération de nos parents, alors toi de tes, plutôt de tes grands-parents et ce sont des gens qui ont vécu l'expansion économique toi après-guerre et en fait il y avait une surconsommation, un développement de la consommation de masse qui était très importante et cette génération-là, moi je vois mes parents par exemple le tri des déchets, etcetera.

C'est pas un sujet pour eux quoi ? Enfin, ils le font parce que ils sont venus à le faire parce que on les a éduqués etcetera. Mais dans leur génération, c'était pas un sujet. Tu vois alors que nous, ça l'a toujours été.

AL : Oui.

AC : Enfin, ça a toujours été moi, quand j'étais petit non, mais je ça fait longtemps qu'on trie des déchets.

AL : Oui.

AC : Ça fait longtemps qu'on a un compost, ça fait longtemps que on fait attention à ce qu'on achète, alors on est peut-être pas tous à faire ça, mais je veux dire de plus en plus. Je pense que ça va devenir quelque chose d'important dans la consommation des gens.

AL : Oui, oui.

AC : Enfin, en tout cas, faut l'espérer. Ce que quand tu vois, quand tu vois la fast fashion par exemple, y a de quoi se poser des questions, hein, c'est.

AL : Oui, tout à fait, c'est c'est triste. Enfin, c'est triste mais c'est aussi inquiétant



AC : Super inquiétant ou les bots qui ?

Les gens qui sont esclaves, là qui nourrissent des bots, là tu sais l'intelligence artificielle, là, dans les pays émergents et tout ça fait flipper quoi, c'est l'esclavage hein ?

AL : Ah oui.
Oui, tout à fait.

Ben il a aussi différents types de l'esclavage moderne aussi, et on trouve un peu partout.

AC : Ouais, c'est ça.

AL : Et ça, c'est vrai que ça fait peur.
Enfin, c'est, c'est triste, c'est triste aussi que ça soit aussi accepté et si peu traité

AC : Mais je pense que c'est un problème d'éducation, parce que les gens ils ne sont pas foncièrement, ils n'ont pas envie de saloper la planète, Hein ?
Ils ont pas envie de de de, ils ont pas c'est pas une volonté des gens de détruire les choses mais y a une question d'éducation.

AL : Oui.

AC : Et puis y a une question de priorité.
Il faut que ça devienne une priorité pour les gens, mais il faut les accompagner pour que c'est une priorité, c'est à dire faut les éduquer.
Bah on sort un peu du sujet hein, mais il faut les éduquer, faut les faut les éduquer d'une part et d'autre part il faut leur permettre aussi de mieux sommet, c'est-à-dire leur donner la possibilité de mieux consommer par exemple.
Moi j'habite en centre-ville, je consomme dans un marché à côté de chez moi, avec que des produits locaux et j'ai eu à pied mais tout le monde n'habite pas en centre-ville.
Tout le monde n'a pas un marché avec des produits locaux, tout le monde n'habite pas dans une région où on fait pousser des légumes.
Et les fournisseurs de viande sont à côté, etcetera.
Habites dans le nord de la France, tu vas Bouffer, tu vas bouffer des comment, on appelle des pommes de terre toute la toute l'année.
Quoi, tu vois ce que je veux dire ?
Y a que ça qui pousse enfin.

AL : Ouais.



AC : J'exagère, mais donc y a aussi une inégalité entre les régions et cetera.

AL : Oui, oui

AC : Mais il faut quand même les gens aient accès aux choses autrement, on ne peut pas leur demander de mieux consommer s'ils n'ont pas accès aux choses.

AL : Oui, tout à fait.

Entretien 3

AL : Bonjour Céline, merci pour accepter cet entretien. Toute l'information va être enregistrée et cette sera utilisé juste pour des fins académiques, pour faire mon mémoire.

Pour rappel les sujet c'est sur la légitimité d'Orange aux enjeux d'inclusion numérique, avec des partenariats public privés.

Donc tu peux te présenter ? Présenter quelles sont tes actions ? Quel est ton rôle et ton poste ?

CO : Tout ça, d'accord, donc je suis Celine Obejero, je suis responsable RSE, inclusion numérique et fondation pour la direction Orange grand ouest. Ce sont les cas, départements géographiques, Bretagne, Pays-de-la-Loire, Normandie et centre-Val de Loire.

J'ai à la fois un rôle de décliner la politique RSE du groupe Orange et d'Orange France sur ce territoire, à la fois vis-à-vis des salariés. On en terme pour impulser, vraiment, intégrer nos enjeux de responsabilité sociale dans nos métiers et aussi en lien avec l'externe et le compteur.

Des partenariats justement, qui œuvrent en faveur du développement durable, donc les enjeux de responsabilité du groupe Orange sont autour de 3 grands axes, un axe autour de l'environnement, pour être Net Zéro carbone en 2040, des enjeux autour de la diversité, de l'égalité des chances et des enjeux autour de l'inclusion numérique où nous avons, dans le plan stratégique « lead the future », un engagement d'accompagner 6 millions de bénéficiaires aux usagés de du numérique où usage, responsable du numérique, donc ça, c'est mon premier volet d'impulser et de coordonner l'ensemble des actions RSE sur ce grand territoire géographique et d'établir également des bilans de l'ensemble de nos actions sur le territoire et depuis le mois de novembre 2023.



J'ai également en charge le périmètre fonctionnel de toute l'activité inclusion numérique et également les actions de la Fondation Orange sur le territoire sur l'inclusion numérique.

C'est vraiment lutter contre la fracture numérique et faire que le numérique puisse être utilisé par tous.

En tout cas le plus grand nombre pour que ce soit bénéfique pour eux dans leur quotidien et donc au sein d'Orange, l'inclusion numérique, c'est principalement 3 briques. Première brique, c'est d'apporter le numérique au plus grand nombre un point de vue réseau donc ça c'est vraiment notre rôle d'opérateur de déploiement des réseaux très haut débit.

Une fois qu'on a la connectivité, c'est de permettre à chacun d'avoir accès à des équipements et des offres, quelle que soit leur capacité financière, donc d'avoir aussi des offres sociales et des équipements à des prix abordables pour le plus grand nombre, y compris des PC reconditionnés. Et le 3eme brique, justement, c'est d'accompagner le plus grand nombre, à savoir utiliser correctement et de façon responsable, le numérique.

AL : Ah okay, et dans l'inclusion numérique, dans la partie sensibilisation, il y a des ateliers numériques, donc est-ce que t'anime des ateliers numériques ?

CO : Oui, j'anime aussi des ateliers numériques en tant que ambassadrice Orange.

AL : Et quel serait ton avis sur les ateliers numériques si on peut nommer les points positifs et négatifs ?

CO : Alors les ateliers numériques, point positif ou négatif pour les personnes qui participent ?

AL : Oui, des différents axes, donc déjà des bénéficiaires où participants et après on peut avoir des aussi de points positifs et négatifs niveau Orange ?

CO : Les bénéficiaires, les retours qu'on a sont de toute façon des retours ultra positifs. Notamment pour le grand public. Les seniors, ils ne sont pas à l'aise avec le téléphone mobile parce que on est vraiment axé plutôt usage des téléphones mobiles et repartent avec énormément de connaissances et surtout beaucoup plus de confiance pour utiliser correctement leur smartphone parce que souvent ils ont peur d'appuyer sur les, sur les petites icônes, de faire des bêtises.

Donc c'est vraiment les réassurer dans leur usage.
Donc ça c'est c'est positif.



Il cherche beaucoup d'informations, donc sur le contenu, à chaque fois, les personnes sont contentes et qui ont également généralement contente de participer à ces ateliers numériques. Surtout quand ce sont des ateliers qu'on réalisé avec les collectivités locales et donc que l'on fait un cycle d'ateliers, ce qui fait que ça crée aussi du lien social entre les personnes. Elles vont se retrouver d'une fois sur l'autre et enfin, c'est aussi ce qu'elles recherchent en venant dans des ateliers collectifs. Donc ça c'est positif. Après, pour le public plutôt parent. Oui, pareil hein, on a des retours très positifs parce que les parents se questionnent beaucoup sur l'usage des écrans d'internet, quand donner un premier téléphone ou pas à son enfant, avec quel usage ? Et c'est vrai que c'est pas évident donc ça leur donne plein de petites clés et c'est très positif. Et puis alors, les enfants en général, voilà comme c'est souvent, ce sont des ateliers sous format ludiques, c'est pareil, ça fonctionne bien. Et même si certains connaissent déjà pas mal de choses, ça permet d'aborder le sujet sur un angle différent de celui qui est pris par les écoles, plus un cadre rigide très présente parfois par la gendarmerie, donc très réglementaire. Oui, ça permet de regarder le numérique un peu d'une autre façon.

AL : OK et d'après toi, pourquoi Orange s'engage à l'inclusion numérique et pas avec une autre chose ?

CO : Clairement, parce qu'on est un opérateur Télécom, donc nous amenons via nos réseaux et nos services, le numérique dans les familles, dans les usages du quotidien, de de tout le monde.

La société est une société où quasiment tout passé aujourd'hui par le numérique que ce soit, l'école, l'accès au droit non, l'école, l'accès aux droits, le travail, la recherche d'emploi, enfin, tout vraiment et est lié avec ça et les personnes sont vraiment dépendants, qu'elles veulent ou pas utiliser le numérique, en fait, elles n'ont plus le choix.

C'est, c'est devenu obligatoire, donc ce qui fait que Orange a cette conscience, hein, de d'être un acteur assez clé et d'accompagner à la fois assez clients, bien sûr, mais aussi le reste de de la société.



On regarde aussi, on fait des dialogues parties prenantes de façon régulière et depuis des années, les premiers dialogues parties prenantes ont été faits en France en 2008, je crois, et assez tôt a émergé, ce besoin d'accompagnement et parfois des craintes justement de l'usage du numérique d'abord, d'ailleurs par les enfants en 2010 par là et c'est là que Orange avait créé ce qu'on appelait à l'époque les cours des parents pour parler du contrôle parental sur PC. À l'époque, ça a évolué avec l'arrivée des réseaux sociaux depuis les jeux vidéo, donc il y a eu une petite période où les cours des parents se sont arrêtés nationalement. En local nous, on a continué.

C'était une demande de la directrice Orange de l'époque qui pour elle, c'était vraiment notre rôle d'accompagner justement l'ensemble de la population et les parents. C'est peut-être aussi parce que c'est une maman, donc peut-être cette conscience, voilà de l'importance de donner des clés aux parents, donc voilà donc c'est resté après nous local justement dans le Grand Ouest.

On a commencé aussi à travailler la cible, le public senior, parce qu'on voyait bien qu'ils avaient plus de difficultés.

Il souhaitait soumettre à l'usage des tablettes des smartphones pour rester en lien aussi avec leurs petits-enfants, mais avait besoin d'accompagnement. De là est né aussi l'expérimentation des ateliers numériques qui a donné lieu aux ateliers aujourd'hui.

Et puis maintenant, quand on regarde également dans le cadre de nos dialogues parties prenantes et de la construction, je rentre un peu dans le détail technique, mais de la dématérialisé, ça fait vraiment partie des sujets sur lesquels on est attendu et notamment par rapport à lui.

Une recherche de confiance dans le numérique, de la protection des données parce que voilà, quand on utilise Internet, on laisse des traces pour plein d'applications, négliger de donner laisser nos données personnelles dessus.

Et il y a vraiment un sujet important qui ressort un peu en écoute, l'ensemble des parties prenantes disant que ça fait vraiment partie de notre rôle et qu'on est attendu sur ce sujet de la confiance et de la sécurité des données.

AL : OK, maintenant nous allons passer au parti partenariat justement pour voir comment Orange s'approche de cette cible. Qu'est-ce que tu penses du fait que Orange passe par des



partenariats aussi pour faire ce type d'ateliers où faire des actions, d'autres pour l'inclusion numérique.

CO : Alors moi je trouve ça de toute façon indispensable. Parce que nous pouvons avoir la compétence, le contenu. Par contre, pour aller vers les différents publics tout seul, c'est compliqué, hein ?

Les gens ne vont pas forcément venir vers nous directement. Orange reste vu comme un opérateur commercial, donc il y a toujours une suspicion aussi de se dire, on va vouloir nous vendre quelque chose des formel, des équipements, alors que c'est pas le cas du tout quand on fait ce type de de démarche. Pour autant, on reste parfois vu de la sorte, donc c'est pour ça que c'est important d'aller travailler avec des partenaires et les partenaires, eux émettent aussi des besoins. Si je prends par exemple la Ligue de enfin la Fédération de foot amateur, qui était une un partenariat historique. Bon sous l'angle sponsoring, hein, pour l'image de marque. Ils ont dans les échanges avec Orange, fait remonter les difficultés qui qui émergeaient, hein ? Dans les clubs liés à l'usage des smartphones et qui engendraient des inappropriés, des prises de photos, des situations où il avait de cyberharcèlement. Et donc c'est pour ça que y a vraiment eu une demande auprès d'Orange pour aider la Ligue de foot française de foot amateur pour les accompagner dans toute une démarche de prévention auprès des jeunes, on pourra avoir un usage beaucoup plus responsable, respectueux d'eux-mêmes et des autres dans le numérique et pouvoir apaiser les relations au quotidien aussi, dans le moment réel, et en ligne. Et puis le sujet voilà de l'inclusion numérique, de la fracture numérique. Elle est tellement grande, importante quand on regarde les statistiques que t'as vu, hein. 1/3 de de la population qui est, qui est éloignée du numérique, y a de la place pour plein plein d'acteurs.

Et même si, entre guillemets, on peut dire qu'il y a de la concurrence, au final, il y a tellement de besoins que l'idée, c'est vraiment plutôt de travailler ensemble et quand on pense développement durable, de toute façon, moi ça fait aussi partie des principes du développement durable et des objectifs de développement durable. Qui dit bien que voilà, c'est en travaillant ensemble, main dans la main et en faisant converger nos enjeux et nos objet, nos forces qu'on arrivera à avoir plus d'impact et maximiser les impacts.



AL : Est-ce que Orange mesure l'impact des actions menées sur l'inclusion numérique, ce qui est alors sur l'inclusion numérique ?

CO : Orange a commencé à faire un travail de mesure d'impact, la mesure d'impact en matière sociétale. Sur les enjeux plus alors sociaux sociétaux, contrairement aux enjeux environnementaux, c'est quelque chose de beaucoup plus récent donc y a eu tout un travail, Chapeauté par le groupe SOS.

Enfin que je te retrouve, mais je crois que le groupe SOS, avec différents acteurs dedans, il y avait aussi, je crois, des personnes de science po enfin plein d'acteurs différents, hein, du monde de l'entreprise. Voilà pour justement vraiment se dire, il est important de mesurer au-delà du nombre de bénéficiaires. L'impact de l'ensemble de nos actions d'Inclusion numérique d'accompagnement dans le temps pour voir si justement ça a un impact réel et ça va aider les bénéficiaires à s'insérer dans la société, à pouvoir exercer leurs droits, pouvoir travailler, rapport qui devra être remis au gouvernement sur le sujet au mois de septembre lors de l'événement numérique en commun national à Chambéry. Et donc il y a eu des 2 ça donc y a toute une liste de d'indicateurs qui ont été travaillés et Orange a commencé à faire des mesures d'impact sur certains de ces programmes, notamment le programme Femme entrepreneuses. Ce programme dédié à accompagner les femmes qui sont à la tête de start-up pour les aider vraiment à gagner en confiance, en leadership et à s'affirmer dans un monde très masculin encore. Et comme c'est un programme qui a maintenant déjà 5 ans d'antériorité avec 5 promo de 100 femmes qui ont été accompagnées, et bien ça permet d'avoir, pouvoir regarder dans le temps justement, quel est l'impact dessus ?

Donc il y a eu des retours plutôt positifs après y a des starts up qui ont arrêté. Bien sûr, c'est le monde de l'entrepreneuriat, mais y en a qui ont continué, qui ont permis de créer des emplois. Donc ça c'est un des premiers types de mesures d'impact et il y a eu aussi des mesures d'impact plutôt en Afrique ont été faits dans le cadre des Oranges digital Center en Afrique et ça va venir après côté France.

Nous, pour l'instant en France, on mesure le nombre de bénéficiaires principalement. Et également le le NPS donc le taux de satisfaction de de nos ateliers numériques. Enfin, à mesurer, l'impact à nouer un partenariat avec pix, la plateforme qui mesure justement le niveau, permet de certifier les compétences acquises ou non en matière de numérique et donc pour 3 de nos ateliers, les personnes ont un questionnaire avant de faire l'atelier.



Justement, on va leur demander où elles en sont en termes de compétences, et puis de leur niveau de connaissance. Et puis leur confiance aussi dans le numérique et on a un 2e questionnaire aussi après l'atelier, pour voir l'évolution avant l'atelier, et après l'atelier. ça démarre enfin, y a déjà des choses qui ont démarré et ça va se poursuivre.

AL : Super, pour revenir un peu partenariat quelle est la durée idéale pour un partenariat selon toi ?

CO : Durée idéale pour un partenariat. C'est une question qui n'est pas facile. Après, ça va dépendre du type de partenaire. J'allais dire, parce que par exemple avec la Ligue de foot, c'est des partenariats qui durent depuis très longtemps mais sont des grosses structures. Donc, même si partenariat dure longtemps, le partenaire ne va pas être dépendant d'Orange financièrement parlant. C'est surtout ça, il faut faire attention que le partenaire ne devienne pas dépendant financièrement d'Orange. Après, si je prends l'exemple avec la Fondation Orange, la Fondation Orange. C'est renouvelé tous les ans mais au maximum, accompagné un même partenaire, entre 3 et 5. Et au-delà, voilà le partenaire, l'objectif, c'est qu'il ne soit pas dépendant de nous et qu'il aille chercher des ressources par ailleurs, ils ont les étaient à gagner aussi en en autonomie, en capacité à agrandir.

Donc après ça dépend vraiment du type de partenariat, hein c'est pas évident, mais je pense que ce qui ce qui peut être bien c'est d'avoir une première année peut être un peu de tests, d'expérimentation pour ensuite pouvoir capitaliser pendant au moins 2 ans à suivre derrière, parce que c'est vrai que ça demande du temps de l'investissement. Ben de notre part, mais aussi de la part du partenaire pour voir comprendre bien les enjeux de chacun. Et les impératifs de chacun comment fonctionne et ce qu'aller sur un mode de fonctionnement qui soit le plus optimal possible.

AL : Et du coup ce que tu trouves que Orange est un partenaire pertinent pour les autres, pour les autres organisations ?

CO : Mais bien sûr, mais après, ça va dépendre du type de de partenaire, hein. Donc si on reste sur l'inclusion, la maison le mérite, bah oui clairement et bien on est pertinente, tout dépend le sujet. Il vient me chercher. Est-ce que c'est pour un premier niveau de base d'accompagnement où est-



ce que ça ce serait pour plus aller vers l'employabilité et donner des compétences des beaucoup plus poussés pour permettre à des personnes d'aller chercher des diplômes, genre de choses ? Et dans ce cas-là, en tout cas actuellement Orange n'est pas le partenaire idéal. Par contre, pour permettre l'acquisition des compétences numériques de base. Et à acquérir les réflexes, fin d'un usage responsable avec une maîtrise de ces données, également travailler sur un usage responsable, d'un point de vue, impact environnemental où il a clairement, on a toute notre place et notre légitimité est là.

AL : Quelles seraient les principaux avantages pour Orange, d'avoir des partenariats ?

Donc, quels sont les avantages d'avoir des partenariats et quels sont les difficultés des avoir des partenariats pour Orange

CO : Alors les principaux avantages est un peu lié tout à l'heure hein, c'est pouvoir sourcer les bénéficiaires vraiment de d'aller vers les bons bénéficiaires, de les trouver de d'un point de vue opérationnel de gérer la communication vers ses bénéficiaires qu'ils nous venir et passer le cap de l'entreprise commerciale. Et également, d'avoir des relais en ressources humaines pour réaliser nos ateliers parce qu'on les a pas toujours, en tout cas pas sur tous les territoires géographiques, donc pas présent partout, donc ça aussi c'est important pouvoir avoir des relais avec des partenaires dans des territoires où nous ne serions pas présents. Dans les autres avantages, c'est potentiellement aussi de travailler avec des partenaires pour aller chercher des financements externes dans le cadre d'appels à projets externes pour des appels à projet de financement externe, pour pouvoir justement financer des projets de plus grande ampleur et déployer et toucher plus de de bénéficiaires. Aussi nous mettre en visibilité également, ce que l'on fait parce que quand c'est Orange, qui communique sur nos engagements responsables et que l'on dit nous-même, alors c'est important qu'on le dise, que oui, on fait, mais quand ce sont des partenaires qui le disent à notre place, c'est une portée beaucoup plus importante Vis à vis de l'externe, nos clients et de la société en général donc ça clairement c'est un point très fort également pour les comptes des partenariats avec les collectivités locales clairement, pour nous, ça a aussi des avantages d'un point de vue image de marque relationnelle avec les collectivités et de ne pas être vu uniquement comme un apporteur de réseaux et de tuyaux, ça permet aussi de d'aborder les choses sous un autre angle. C'était les avantages des partenariats et maintenant je t'en dis pas mal. Et les difficultés, difficultés alors les difficultés ?



Alors donc, les partenaires, pour beaucoup hein, sont des partenaires associatifs où d'ordre public déjà, voilà faut, faut passer le cap. Qu'ils soient d'accord de travailler avec Orange, qu'une entreprise privée, ça c'est parfois une première passe, hein, ça peut prendre du temps plusieurs mois, voire années avant ce là voilà qui est bâtir une relation de confiance.

Ensuite les difficultés. Parfois, on va trouver des partenaires qui vont être tout à fait enclins à travailler avec nous, mais qui ne vont pas, qui vont être en dans des petites structures, donc qui n'ont pas la même. Oui, comment dire à qui qui débutent et dont la pérennité ne peut pas dépendre que de de nous Orange, un peu ce que je disais tout à l'heure. Notre modèle est parfois un peu un peu juste quand c'est des petites structures, ils ne sont pas forcément non plus suffisamment de personnel pour pouvoir répondre à tous nos besoins aussi vite. Et puis on voit bien qu'il y a également dans la société actuelle, sur certaines cibles de population, même pour des associations c'est difficile d'aller vraiment vers à mobiliser leur public, donc.

Parfois on pense avoir trouvé des bons partenaires. Et puis on se rend compte au bout de quelques mois que ça ne fonctionne pas, donc ça, ça peut être compliqué.

Une autre difficulté, c'est qu'il faut réussir à les trouver, parce que finalement y a beaucoup d'acteurs.

Il parfois, justement qu'ils sont tout petits, donc pour nous y sommes sur des gros territoires, on ne peut pas se permettre non plus de multiplier le nombre d'acteurs et de partenaires parce que voilà, chaque fois ça fait des ressources, donc c'est de réussir à trouver un partenaire suffisamment grand taille pour couvrir les territoires, ou en tout cas un territoire suffisamment important.

Et que nous, on ne mette pas tout non plus dans un seul et même partenaire, donc faut réussir à avoir un équilibre, Ce n'est pas toujours évident.

Est-ce qu'il y a d'autres difficultés, non, c'est le temps que ça prend de toute façon. Et puis les montages. Les montages financiers on va dire, parce qu'il y a quand même beaucoup de règles administratives, juridiques à respecter.

Et c'est vraiment la même chose selon les typologies de de partenariats. Donc à chaque fois faut se réinventer. C'est aussi intéressant et aussi des difficultés de penser là, notamment pour les réponses à l'appel à projets solidaires, appel à projet externe. On voit bien que ce n'est pas



simple, c'est jamais le même type de fonctionnement, pas le même type de besoin et le travail entre entreprise privée et secteur public n'est pas forcément facilité.

La réglementation ne facilite pas non plus et dans le cadre des appels à projets externes qui sont plutôt du financement public, c'est assez rare que les entreprises privées puissent aller chercher du financement d'où l'importance de travailler avec des partenaires de type associatif et le montage est pas évident et on ne travaille pas au même rythme. Pas le même cadencement de de temps. Donc, c'est ça aussi les échelles de temps qui sont différentes.

AL : Est-ce que tu dirais qu'il y a un partenaire idéal ?

CO : Alors, en tout cas, ceux avec lesquels ça se passe très bien, c'est la Ligue de foot de Bretagne.

À la fois en termes de d'enjeu ou voilà, on je pense qu'on partage les enjeux par rapport à l'éducation numérique responsable des jeunes dans les coûts mutuelles pour mettre en place, réussir à mettre en place des opérations qui fonctionnent bien en termes d'impact pour les bénéficiaires, et d'impact pour de visibilité à la fois pour la Ligue de foot et pour nous. J'ai autre partenaire avec qui ça se passe bien. C'est le Fablab Ping à Nantes. C'est pareil, il a une bonne écoute et les choses fonctionnent bien.

Il n'y a pas besoin de relancer en permanence. Et les fonctionnements sont fluides. Et après, sur une autre typologie de partenaire qui sont plutôt des partenaires, on travaille sous forme de prestations. Bon, c'est le AllSponsored le partenaire qui avait été source et trouvé par Jean-Philippe Côté Normandie Centre où là c'est, c'est un peu l'exemple que je t'ai évoqué tout à l'heure. On a commencé plutôt par une expérimentation la première année.

Et où il y a eu des ajustements sur la 2e année et ce qui fait que là on évolue encore et pour aller encore plus loin et pouvoir toucher plus de bénéficiaires plus régulièrement.

AL : Parfait OK, donc maintenant nous allons passer à notre 3e partie. Alors comment l'image d'Orange influence la décision d'établir ou pas un partenariat ? ça veut dire, est-ce que toi, qui travaille chez Orange, est-ce que tu trouves que l'image peut influencer un partenaire ou un possible partenariat ?



CO : Parce que j'ai expliqué un peu tout à l'heure, hein. C'est clair que parfois certains partenaires nous voient comme l'entreprise privée et donc avec potentiellement l'image de se dire, ils viennent là uniquement pour nous vendre des choses, des produits.

Et puis ouais, voilà l'image entreprise privée capitaliste, donc certains partenaires qui vont plutôt être associatifs, secteur de la ESS ou voire des collectivités locales. Voir aussi le monde éducatif, parfois, c'est compliqué de de passer outre cette première vision parce que en plus, comme finalement, c'est encore très peu connu parce qu'il y a très peu de communications faites autour de ces sujets sociétaux. Oranges et c'est quand même peu connu par rapport à ça, on a du mal à rentrer donc il faut du temps, échanger. Et gagner finalement des conflits de la confiance de personnes.

Au final, les sociétés, les entreprises, les associations sont des personnes qui les font vivre et ça fonctionne aussi beaucoup le relationnelle donc, sur certains postes, c'est important que les personnes puissent rester quand même en place.

Enfin oui, justement, des relations de confiance dans toute façon, en partenariat, je pense, c'est quand même basé beaucoup là-dessus. Il y a, mais il y a des règles, ce qui fait que ça va fonctionner derrière

AL : Donc ce que tu trouves, qu'il y a d'autres facteurs qui jouent en faveur d'Orange à l'heure de d'établir un partenariat ?

CO : À contrario, par rapport à ce que j'ai à te dire parfois, on bénéficie quand même encore de l'image de n'est plus entreprises publiques, mais quand même acteurs historiques des télécoms.

Donc il y avait une image de de service public, en tout cas de services rendus au public, et notre maillage et notre présence sur les territoires qui voilà, ça me nuisent par petit à petit par endroits, mais quand même, on a encore relativement présent donc ça ça, ça aide. Mais ce qu'il y a aussi, c'est qu'on a justement un maillage d'acteurs qui sont en lien avec les territoires, les directeurs en charge des relations avec les collectivités locales et donc ils connaissent bien les territoires et qui les qui permettent d'influencer positivement, pour trouver des partenaires possibles.

Voilà et après donc je pense quand même que parmi les différents acteurs enfin en tout cas opérateurs, on fait partie de ceux qui ont une image plutôt positive sur notre positionnement par rapport à l'inclusion numérique et la protection des données.



AL : Est-ce que tu voudrais ajouter en général une autre chose que je n'aurais pas dit sur le sujet ?

CO : Je réfléchis, par rapport à ton sujet des partenariats public privé.

Ce dont on n'a pas parlé, c'est qui actuellement, il y a le plan gouvernemental France numérique ensemble et on voit bien que sur un certain nombre de de territoires, parce que l'objectif justement de ce plan touché par le gouvernement, c'est de mettre en l'ensemble des acteurs qu'ils soient.

Ordre étatique, collectivité, associatives ou privées. Et malgré ça, et que chacun, voilà que chacun puisse apporter mieux se connaître avec un but, alors j'allais dire un peu supérieur qui est l'intérêt général pour permettre au plus grand nombre justement d'avoir accès et d'être en capacité d'utiliser correctement le numérique et dans certains territoires, et bien, nous n'avons toujours pas été contactés. Pourtant, on s'est fait recenser.

Voilà à vérifier que les entreprises du secteur privé sont un peu écartées et ne sont pas les bienvenus dans cette réflexion global avec certaines collectivités préfèrent garder le sujet à leurs mains.

La rigueur cherche à aller chercher les entreprises uniquement pour chercher de du financement, mais pas un travail et aller chercher autre chose que du financement comme du contenu, des animations, etcetera.

Je pense que comme on avait pas parlé de France numérique ensemble c'est bien, mais se parler de ce sujet.

Ouais et surtout il y a des départements où Orange a pu participer.

AL : D'après toi, tu penses que ça, ça va aider où ça va ?

CO : Ce qu'on peut voir actuellement parce que ce n'est pas encore, c'est un peu balbutiant. Et puis chaque département région travaille un peu à sa façon dans son coin. Donc centre-val de Loire, ça a quand même permis d'avoir accès à l'information sur les appels à projet.

Dans le cadre cet appel à projets. D'aller nouer des relations avec des associations, justement, qui sont qui seraient d'accord pour travailler avec nous. Alors pour l'instant ça ne s'est pas fait.



On apprend aussi à travailler comme ça, hein ?
C'est vraiment du test and learn.

Mais là, c'est plutôt positif et ce qui fait qu'on ait vu aussi. Bah pour le DRCL présent, ça lui a permis d'être vu, je pense différemment et de commencer à être reconnu comme quelqu'un impliqué sur sujet de l'inclusion numérique et globalement là, on a pu participer de faire savoir ce que l'on faisait déjà en termes d'ateliers, en termes d'offre sociale, avec l'offre de pouce qui sont des choses au final méconnues des collectivités locales ou du monde du monde associatif, donc au moins ça permettait. Ça a permis de de faire connaître ça.

Et puis. Pour rencontrer, des contacts dans le cadre des événements numériques en communs également. Ce que je disais tout à l'heure, ça demande du temps de prendre des contacts, de nouer des relations. Et puis voilà, au niveau associatif, faut aussi parfois réussir à trouver la bonne personne qui va être décider parce que ces personnes qui rencontrent qui seraient partantes, bah ce n'est pas forcément elles qui décident donc ça demande du temps aussi. C'est quelque chose qui ont en train de se construire. C'est vraiment en train de se construire. Toute façon, c'est pour ça que tout à l'heure on parlait d'impact. Je t'ai dit. L'impact environnemental au final, parler ou les impacts environnementaux, mesure d'impact, c'est des choses qui sont qui ont des ailes depuis déjà un certain nombre d'années. Voilà plus tangible, c'est des choses physiques qu'on peut mesurer donc. Et puis ça fait plusieurs années que c'est ça a été travaillé sur la partie des impacts sociaux, un sociétaux. Comme on est plus sur des soft skills sur des choses beaucoup moins tangibles, moins lié à de l'aspect science dure, on va dire en tout cas physique, et bien c'est ça a été beaucoup moins étudié. C'est beaucoup plus récent, ce qui fait que ouais, ça prend du temps et mais c'est intéressant, voilà d'avoir un travail sur la nouveauté, mais c'est vrai qu'on ne peut pas appuyer sur un background de en se disant, ça a toujours été comme ça et on va reproduire. On a inventé au fur et à mesure, surtout avec les la vitesse, avec la, la technologie avance.
AL : Merci beaucoup Céline, je vais arrêter l'enregistrement.

Entretien 4

AL : Parfait donc pour commencer, tu peux te présenter, présenter un peu tes missions, tes fonctions en tant que DRCL



EL : Donc je suis Emmanuel Lacroix, je suis directeur des relations avec les collectivités locales pour l'Indre et Loire et le Loir et cher, ça consiste à être en interface avec l'ensemble des élus, avec les corps déconcentrés de l'État, donc les préfets, sous-préfectures etcetera, les chambres consulaires, les chambres de commerce. Et puis tous les acteurs qui gravitent autour de cet écosystème, y compris des acteurs privés qui se réunissent en consortium pour un projet ou qui se structure en. Juster pour en club, en cluster pour regrouper plusieurs acteurs autour d'une même thématique. Et donc pour être dans l'influence, en fait et faire préférer Orange, hein. C'est ça le but, c'est faire préférer Orange et moi j'essaye d'être au contact de tous ces cercles et de voir comment Orange peut s'insérer soit commercialement, soit en partenariat sur le la dimension RSE où même via la Fondation, comment Orange peut être présent dans les actions de ces différents cercles. France numérique ensemble, forcément, c'est, c'est un des sujets d'actualité puisque c'est une feuille de route de l'État portée animée en région par les préfets. Puisque voilà, les préfets donc, ont été missionnés par l'État pour faire ce pour animer cette feuille de route et établir cette feuille de route. Enfin plutôt pour établir la feuille de route et donc animer des ateliers qui doivent aboutir à la feuille de route. Mais l'idée, c'est que chaque département doit dire comment pour l'inclusion numérique et pour la médiation, les acteurs du territoire s'organisent de façon à faire progresser les citoyens. De minimiser l'illectronisme, la fracture numérique. Si y a des mots que tu ne captes pas l'illectronisme, tu vois ce que c'est ?

AL : Oui.

EL : Ouais OK bon voilà donc c'est ça l'enjeu de France numérique ensemble et on a été associé parce qu'on est connu comme un acteur du numérique. Tu vois cette présence sur les territoires fait qu'on est sollicitée de la même façon que la poste puisque la poste, il est très présent dans les territoires. Et d'autres institutions qui pourraient alors là, sur France numérique ensemble, je pense pas à d'autres institutions. Y a que la poste et nous, mais dans à d'autres occasions, il pourrait y avoir EDF il pourrait y avoir un édit si il pourrait y avoir un les banques, le Crédit Mutuel, Crédit Agricole enfin.



Bref, grosso modo, voilà, c'est ce type d'acteur très implanté dans les territoires et on en fait encore partie qui sont sollicités dans ce genre d'action organisée par l'État.

AL : Parfait, c'est clair, et pourquoi tu penses que Orange, s'engage à l'inclusion numérique ?

EL : On le fait à plusieurs titres, on le fait parce que ça sert notre politique RSE. Ça fait partie de nos indicateurs extra financiers pour se donner une image de de, de de de enfin c'est pas que se donner une image mais c'est pour être une société responsable À tout point de vue à la fois sur son impact social, son impact environnemental, etcetera. On mène des actions qui sont censées être la preuve de cet engagement et on en produit des résultats.

On montre les résultats donc ça, ça pourrait être complètement philanthropique, sans aucun intérêt, c'est juste Orange veut montrer son engagement.

Dans les faits, on sait très bien que ça a des conséquences en termes d'image et que entre 2 opérateurs, un qui ne fait rien et Orange qui agit par ailleurs un peu comme un mécène sur d'autres côtés de différents acteurs pour des actions dans le social, dans le la médiation numérique.

Évidemment, ça donne une image positive d'Orange et ça contribue probablement. C'est en tout cas j'imagine que c'est conçu comme ça.

Imaginé comme ça, ça contribue probablement à augmenter le nombre de clients ou à les fidéliser, etcetera, etcetera. Voilà, il ne faut pas se leurrer, il y a ça, ça n'est pas philanthropique, ce n'est pas dénué de tout intérêt.

AL : D'accord et donc, quelle est les retours que tu reçois quand tu proposes des actions pour l'inclusion numérique ?

EL : Nous dans les ateliers, donc les différentes réunions, les comités France numériques ensemble qui se sont tenus sur mon territoire, donc dans le Loir-et-Cher et dans l'Indre-et-Loire, plus dans l'Indre-et-Loire, d'ailleurs qui s'est mieux structuré qui est plus dynamique et plus régulière dans le dans l'animation de cette feuille de route. L'idée, c'était d'abord de faire un tour de table et de se présenter les uns les autres et ensuite de trouver les moyens de construire cette fameuse feuille de route pour que y ait un plan d'action qui se, qui se met en œuvre et que véritablement la préfecture puisse dire Bah voilà, j'ai animé



les acteurs du territoire, on a décidé tous ensemble que les grandes actions à mener étaient celles-ci et maintenant on les mène et on mesure les résultats. Voilà, ça c'est, c'est. C'est tout l'enjeu de France numérique ensemble. Le résultat attendu étant d'avoir une meilleure appréhension du numérique par les citoyens, donc plus de facilité à utiliser des sites numérisés de l'administration française, plus de facilité à rechercher de l'emploi, une meilleure employabilité pour les gens qui prétendent aller dans les bureaux ou utiliser des outils numériques, etcetera. Euh, Orange dans ce tour de table a 2 choses à proposer et moi c'est mon action. En fait, c'est, je parle, des ateliers numériques, qu'est-ce qu'on fait déjà ?

Est-ce qu'on saurait faire de plus ?

Et je parle de l'offre coup de pouce Internet puisqu'il y a toujours un volet social quand même, il n'a rien

Si un citoyen n'accepte pas le numérique, c'est pour plusieurs raisons, soit il saurait le faire, mais il n'en a pas les moyens, donc pas possibilité d'acheter de matériel ou pas accès au réseau. Et là, sur ces 2 volets là, pas accès au réseau. C'est peut-être une question de couverture. L'opérateur Orange doit travailler sur la couverture du territoire, si c'est parce que le citoyen n'a pas les moyens. L'opérateur Orange propose une offre sociale, donc les questions d'accès au numérique.

Orange a un rôle à jouer là-dedans et une fois que la personne a accès au numérique, qu'est-ce qu'elle en fait, comment elle progresse ? Là, on a les ateliers numériques.

Tu vois donc : construction du réseau et déploiement des réseaux, ça c'est vraiment pour permettre, pour rendre le numérique accessible d'un point de vue technique à tout le monde, donner, accompagner, proposer des offres pas chères, c'est pour que il n'y ait pas de blocage financier.

Et ensuite éduquer avec les ateliers, c'est pour être sûr que l'usage qui sera fait du numérique est le bon usage et pas simplement de la consommation de vidéos sur tik tok voilà par exemple ?

Et C'est d'ailleurs quelque chose qu'on constate.

On constate que, par exemple, les jeunes, c'est un truc auquel je ne m'attendais pas moi, mais je m'en suis rendu compte avec mes propres enfants.



Mon fils qui a à peu près probablement le même âge que toi, évidemment, il est parfaitement opérationnel sur les réseaux sociaux, etcetera. Mais dès qu'il fallait aller faire une demande d'aide auprès de la CAF ou un truc comme ça, il y a comme un blocage quoi. Y a comme un petit une petite marge supplémentaire. Mais et moi en tant qu'ami, je me dis, bah hein, c'est bizarre, t'es complètement OK sur les réseaux sociaux. Tu maîtrises bien et par contre aller sur un site de la CAF et demander l'aide pour avoir une aide au logement ou quelque chose comme ça, ça c'est plus dur ça.

Ça m'a fait bizarre parce que moi ça aurait été plutôt plus facile pour moi d'aller demander une aide à la CAF via le site de la CAF que d'aller sur Tik Tok et comprendre les algos de Tik Tok ce qu'il fallait mettre pour être dans la tendance donc en ce qu'on constate bien que chez les jeunes y a aussi de l'illectronisme parce que l'illectronisme c'est l'adéquation en fait entre le savoir-faire et les usagés.

Donc les ateliers, ça apporte, ça traite ce point-là, les ateliers numériques, ça doit aider les gens à apprendre à partir de 0, mais pour ceux qui sont déjà à un certain niveau, ça permet également de veiller à ce qu'ils soient capables d'utiliser les services numériques proposés par l'État.

AL : Et est-ce que dans ces 2 départements ils y existent des partenariats pour faire des ateliers ou d'autres actions pour l'inclusion numérique ?

EL : Oui, oui, tout à fait tout à fait tout à fait. Alors les ateliers en dehors de France numérique ensemble, on cherche à les déployer de toute façon, donc à chaque fois qu'on a l'opportunité de les déployer, on les fait.

On cherche tous les toutes les possibilités. Ça peut être avec des départements pour toucher les personnes âgées, ça peut être avec une association comme sauvegarde 37 dans le l'Indre-Et-Loire ou on touche les femmes seules avec leurs enfants, ça peut être ça peut être l'émission locale mission locale des différentes villes où là on est vraiment dans le social. Ça peut être quoi d'autre encore ? Ça peut être chez les jeunes, les tout jeunes des collèves, des choses comme ça où là c'est plus de l'éducation, c'est l'éducation à au bon usage du numérique, donc le temps d'écran pas trop, la sécurité des données. Faites attention, ne croyez pas tout ce que vous voyez. Enfin voilà, c'est, c'est différents discours en fait que tu délivrés selon les publics, donc on le



fait avec les écoles, les collèges, les lycées. Par ma connaissance, mes collègues, oui, et les écoles, oui, pour les jeunes, on le fait avec des publics en fragilité sociale, avec par exemple la mission locale sauvegarde 37. Voilà, on le fait dans le cadre de la réinsertion professionnelle ou de la recherche d'emploi avec des associations comme l'a FP Touraine, l'école de la 2e chance ? Également avec le Crépi Touraine, ça c'est vraiment dans l'insertion pro c'est pour remettre les gens dans l'emploi et on le fait aussi avec des seniors dans les EHPAD.

AL : Ça marche, et qu'est-ce que tu penses du fait que Orange passe par des partenariats pour développer cette stratégie d'inclusion numérique ?

EL : Au départ, ça repose sur des ambassadeurs qui sont plutôt des ambassadeurs internes, mais on se rend compte que selon les territoires, on a un déficit d'ambassadeurs, on n'a pas assez d'ambassadeurs, ça prend du temps, hein, d'aller animer, déjà, de se mettre à niveau, d'être en capacité de faire d'animer un atelier. C'est pas donné à tout le monde. La pédagogie, c'est, c'est quand même pas innée, donc on a un déficit d'ambassadeur, on a des ambitions qui sont plutôt à la hausse en termes d'atelier, donc fallait forcément aller chercher du soutien à l'extérieur. C'est pour ça qu'on essaie d'avoir quelques partenaires et effectivement ou sur lesquels on va pouvoir s'appuyer pour déployer ces ateliers marque Orange mais pas par les salariés Orange, c'est tout l'enjeu. Moi de mes partenariats, quand je travaille avec le Crépi Touraine par exemple, j'essaie de faire en sorte que le crépi insère des contenus Orange, dans ces formations.

Ce qui me permet de diffuser le message d'Orange mais sans que ce soit un salarié Orange qui s'en occupe.

AL : Oui d'accord.

Et pour toi, quelle serait la durée idéale pour un partenariat ou une convention de ce type ?

EL : Pour moi il faudrait pouvoir les garder, les conserver le plus longtemps possible, mais après il faut pouvoir les faire vivre.

C'est à dire que ça ne me choquerait pas d'avoir une convention long terme avec un partenaire, à condition que on s'endorme pas, donc à condition qu'on crée les instances, la façon de piloter le contenu, de surveiller, de compter le nombre de bénéficiaires qui ont été formés, de voir si



les formateurs ont eu des problèmes, de faire un rafraîchissement de la formation des formateurs parce que nos contenus ont évolué, etcetera.

AL : Oui.

EL : Donc en fait, il y a un entretien de ce réseau de formateurs tiers qu'il faudrait savoir-faire. Et dans ce cas-là, si on était bon là-dessus, mais encore une fois, on manque de moyens, actuellement, mais si on était bon sur cet entretien d'un réseau de compétences tiers, on pourrait avoir des conventions du long terme. Après, il y a l'effet communication.

On cherche aussi à travers la signature de ces partenariats, un moment de communication. C'est la signature, c'est quelque chose et on essaie d'en faire parler, donc de faire des photos, ça donne l'occasion de à travers les réseaux sociaux. Ou peut-être des fois, avec même la presse.

C'est pour ça qu'on aime bien les conventions courtes, pour pouvoir les renouveler systématiquement et avoir de nouveau un rendez-vous de communication.

Maintenant, si la Convention est de long terme et que l'on arrive à bien la faire vivre. On peut créer d'autres moments de communication avec les résultats, etcetera, et on peut prendre la parole différemment.

Mais bon, tout notre enjeu, à chaque fois, ces actions-là sont des actions qui sont menées comme je te disais que ce n'était pas philanthropique. Orange le fait gratos mais pas vraiment en fait, le fait parce que on cherche de l'image, on cherche des on cherche de la communication autour de ça.

Donc on a besoin d'avoir des moments de COM.

AL : Ça marche et du coup, est-ce que tu trouves que Orange c'est un partenaire pertinent pour l'inclusion numérique ?

EL : Je sais qu'on est pertinent. Ah quand même, oui, on a, on a des choses à dire.

En tout cas, on est pourvoyeur de de de l'outil.

Nous, on donne le réseau et en fournit le réseau, on fournit les terminaux, donc.



Oui, c'est c'est, c'est bien de se dire, on apporte quelque chose en plus.

Donc je pense qu'on est tout à fait légitime effectivement.

AL : D'accord et quelles seraient les principales difficultés pour Orange d'avoir des partenariats ?

EL : L'argent, parce que les partenaires, eux aussi, cherchent à se rémunérer. Tu vois, c'est toujours une question de temps, le temps c'est de l'argent. Quand une association, et encore une association, on a souvent affaire à des bénévoles mais même les bénévoles ici, ils déplacent, ils payent leur essence, et cetera.

Donc à un moment il faut payer et la difficulté, elle est là.

Quels sont les moyens qu'Orange a accepté de mobiliser pour ce genre de partenariat externe ?

AL : Oui.

EL : Toute la difficulté qu'on a nous, en tant que DRCL, c'est de trouver des partenaires qui vont nous coûter le moins cher possible. Et pourtant qu'ils vont accepter de diffuser le message Orange.

C'est pourquoi, pourquoi dire gratuit, par pourquoi le faire, faut se mettre à la place de la personne qu'on essaie de solliciter, qu'est-ce qu'elle y gagne ?

AL : Ouais, et du coup c'est quoi ton argument pour convaincre justement ce type d'association, où les partenaires ?

EL : Ce n'est pas évident, souvent on a, on a une petite contrepartie financière quand même. Après moi, je donne de mon temps à moi pour essayer d'aider les associations à par exemple, participer à des appels à projets plus importants, qui leur permettrait de se financer.

C'est ce que j'ai fait avec la Crêpe Touraine, mais on n'a pas réussi à avancer, mais.

Mais on aurait pu réussir. Et si on avait réussi ?

Mon temps à moi c'est pas grave, je suis payé par Orange je ne donne j'essaie de faire en sorte que le crêpe et Orange s'associent, donc le crêpe peut toucher une subvention grâce à l'apport d'Orange.



Orange y trouve un bénéfice qui est que, en termes d'image, on est présent sur une thématique qui est importante.

Voilà donc j'essaye de le faire comme ça, en fait, c'est vraiment mon temps d'organisation et c'est de trouver encore les ressources chez Orange qui sont prêtes à se mobiliser gratuitement pour le bénéfice des assos.

Dans ce cas-là, une asso, elle se dit Bon OK, je suis prêt à faire un effort puisque on échange, on me donne un petit peu de choses aussi mais c'est jamais c'est jamais assez, y a vraiment besoin de trouver le bon angle pour que encore une fois, pour que tout le monde y gagné, donc nous Orange on va chercher à répondre à un message pour faire parler d'Orange en face.

Eux, ils ont besoin très concrètement, d'argent ou de ressources.

Et l'aide d'Orange peut être intéressante.

AL : **OK.**

Et donc tu parlais tout à l'heure de l'image d'Orange.

Comment l'image d'Orange influence la décision d'établir ou pas un partenariat ? comment l'image d'Orange peut influencer un partenaire ?

EL : Alors on a, on a toujours une très bonne image.

Ouais, on a encore, elle baisse, mais parce qu'on n'est plus monopole, y a d'autres acteurs qui sont très présents mais.

Si les autres opérateurs grossissent en termes de business, il ne se positionnent pas comme nous, en termes de proximité territoriale, c'est à dire que je n'ai jamais en face de moi un Free, un SFR ou un Bouygues Télécom.

Pour des actions de ce type-là, de de type social RSE, Fondation ou autres.

Il y a d'autres acteurs qui viennent sur le terrain, qui ont compris que le mécénat, la subvention pouvait être pourvoyeur, pourvoyeuse d'images, Google par exemple.

Google déploie des ateliers numériques gratuitement, des formations gratuitement et évidemment.

Au passage, ils parlent des Google, donc ils parlent de toutes leurs suites du drive, ils parlent de comment s'appelle Google Docs ?



AL : Oui

EL : Google sheets, tu vois, ils vont, ils forment et quand ils s'adressent aux pros c'est encore plus marqué, ils vont leur parler de la pub, ils vont leur parler de trucs comme ça.

Donc en fait quelque part, ils font du gratuit, mais c'est pas du gratuit parce que ils arrivent peut-être dans une audience de 10 personnes à convaincre un d'adhérer complètement à Google et donc il gagne un client. Mais voilà plutôt qu'un SFR, un Bouygues ou un Free en face de moi. J'ai des acteurs comme Google qui sont plus structurés et qui ont compris que sur le mécénat, y avait quelque chose, alors ils sont pas disséminés dans le territoire, ils sont moins nombreux que nous donc ils ont pas la possibilité d'agir autant que nous.

AL : Oui.

EL : Enfin, moi j'ai 2 départements 37 et 41.

La fille qui s'occupe de Google, est sur le Grand Ouest, donc elle, elle se concentré sur la CCI.

Et elle se concentre là-dessus, mais elle, elle est plutôt, c'est plutôt séduisant puisque on est en concurrence avec eux et parfois on va souvent même perdre.

AL : Et ce qu'il y a d'autres acteurs comme ça qui se présentent ?

EL : Bah après il y a toutes les, toutes les associations locales, tous les tiers lieux de compétences y a énormément d'acteurs qui essaient d'aider, et qui vont, qui veulent chercher du financement.

Besoin de financement donc, dans le Tour de table de France numérique ensemble, il y a beaucoup, beaucoup de d'associations qui agissent par ci par là.

AL : D'accord et du coup-là tu pourrais chercher à un moment donné aussi à faire des partenariats ou des conventions ou essayer de travailler avec eux.

EL : Oui, on pourrait effectivement.

Sauf en fait, encore une fois, c'est qu'est-ce qu'elle gagné à s'associer à nous en fait ? Parce qu'elles le font déjà.

En fait, elles le font déjà pour elles, elles trouvent de la subvention et elles sont subventionnées par rapport à leur propre contenu.



Donc là on va leur dire, utiliser notre contenu pédagogique Orange, bah oui, mais j'ai déjà le mien, tu vois, qu'est-ce que vous me donnez, Quel intérêt ?

J'ai à parler d'Orange plutôt que à parler d'un autre.

Toute la difficulté d'influence en fait, elle va être là donc bon, ça se fait des fois, mais ils ne nous attendent pas quoi.

AL : Quel est le retour des associations ou des personnes sensibilisés avec les ateliers numériques ?

EL : Ce qui marche bien. On s'est peut-être pris un peu tard, donc ce sera pour la prochaine fois, on fera attention. Mais ce qui marche bien, c'est aider une association à aller chercher de la subvention grâce au partenariat avec Orange, c'est à dire que Orange là se positionné vraiment en accréditer une démarche, une association voudrait faire une action mais ça reste une petite action locale. Sauf que quand elle se présente en disant Bah oui mais et Regardez, j'ai Orange à côté de moi là tout de suite ça donne de la crédibilité.

Ça donne vraiment du poids et donc on arrive à influencer des dossiers en faveur de l'Association grâce à notre présence.

Ça, je je vois que ça, ça marche.

Je l'ai fait dans le dernier appel à projet.

Là, sur l'inclusion numérique, on a répondu avec Loir-et-Cher tech, si je n'avais pas été voir Loir-et-Cher tech pour lui dire, tiens, regarde y a cet appel à projet, on pourrait y répondre.

Il n'aurait jamais fait parce qu'il l'avait pas vu, il n'avait pas le temps de le faire, etcetera.

Bon, moi j'ai poussé pour que ça arrive et du coup ils ont répondu et je n'ai pas les résultats mais je vais aller chercher mais il n'est pas impossible qu'on gagne et si on gagne Ben voilà.

Ça veut dire que le poids d'Orange aura été important dans l'affaire et on aura aidé Loir-et-Cher tech à gagner un marché.

Donc là y a une espèce de redevabilité et on peut on peut demander à Loir-et-Cher Tech de dire Ben tu parles un petit peu d'Orange quoi.



AL : OK et du coup J'ai une autre question mais concernant un peu la relation avec les mairies ou les préfetures ou institutions publics.

Est-ce que ça t'es déjà arrivé d'être refusé où qu'ils te disent non, on veut pas travailler avec Orange ?

EL : Oui, ouais bien sûr.

Lui, parce que la mairie, la collectivité, elle, elle se souvient de ce qui se passe sur son territoire.

Et donc si ça se passe bien, n'y a pas de raison de faire un blocage, mais si ça se passe pas bien...

Et y a des endroits où ça ne se passe pas bien, c'est tout le piège de ce genre d'action.

C'est à dire que c'est une belle action mais dénué d'intérêt ou à priori en tout cas pas comme ça.

Pas immédiat même si personne n'est dupe, encore moins les élus.

Mais ça repose sur les fondamentaux d'Orange et dles fondamentaux d'Orange c'est le réseau, si le réseau n'est pas opérationnel, s'il est cassé, si les citoyens viennent systématiquement se plaindre à la mairie du fait qu'ils n'ont pas le téléphone ou que leur ligne internet a été coupée et que c'est de la faute d'Orange, le maire dans sa tête, c'est Orange ne m'aide pas.

Pourquoi j'irai faire quelque chose avec Orange ?

Donc voilà donc là. Non, on n'est pas accueilli à bras ouvert partout pour résumer.

AL : Oui d'accord, Donc tout se passe, d'abord les réseaux, par la qualité des réseaux, qualité service et après on, peut faire d'autres actions.

EL : Oui ou alors autre si, autre situation, on n'est plus du tout présent.

On a complètement perdu les infrastructures et là on arrive avec quelque chose de différent.

Mais on n'est pas concerné par les problèmes d'infrastructures, donc on n'est pas, on n'a pas le risque de se faire retoquer.

AL : Alors, comment tu pourrais décrire l'impact des ateliers, des partenariats, des actions pour l'inclusion numérique ?

EL : En termes d'image, c'est bon parce que les gens sont très satisfaits, sont contents des ateliers, donc ça je pense que c'est bon.



Est-ce que ça a des conséquences économiques ? ou au niveau Commercial je ne saurais pas le dire, ça je sais pas dire si grâce aux ateliers on a on a, on a gagné des marchés, on a fait, on a gagné des clients, ça j'ai aucune idée.

Mais les retours sont plutôt de bons retours.

Les gens ont apprécié.

Donc c'est difficile de c'est ça aussi tu vois.

C'est quelque chose qu'on devrait essayer de de quantifier mieux.

Et c'est comment on pourrait s'assurer qu'une action de de partenariat, elle a eu les résultats escomptés.

C'est pas, c'est pas évident hein ?

Enfin c'est, c'est pas évident du tout parce que ça voudrait dire, ça veut dire qu'on assume le fait que ce n'est pas que du mécénat, ce n'est pas que de la philanthropie, mais qui a quand même un objectif si on veut mesurer quelque chose, c'est qu'on s'est fixé un objectif et cet objectif il est au profit d'Orange, donc comme on le dit pas vraiment, c'est difficile d'aller voir une asso et de dire bon alors là combien de personnes y en a qu'on qui sont à priori maintenant client Orange ?

Tu ne peux pas le dire, ça c'est impossible, c'est impossible.

AL : Peut-être le nombre de bénéficiaires ?

EL : Ouais ça, là ça va mais le reste ce n'est pas possible de le dire quoi.

Donc c'est vrai qu'on a on ne mesure pas beaucoup, à part le nombre de bénéficiaires, on mesure pas grand-chose en termes d'impact et donc on ne sait pas dire quel impact ça concrètement.

AL : D'après toi, pourquoi Orange fait des actions pour l'inclusion numérique ?

Pourquoi avoir une offre coup de pouce ?

Pourquoi avoir des ateliers numériques ? Pourquoi avoir une stratégie d'inclusion numérique ?

EL : Ben, encore une fois, parce que on a cette proximité avec le territoire, avec l'État et donc on a encore cette proximité avec le territoire à l'État.

Donc on a encore une responsabilité quand même sociétale.



Donc c'est bien quand même. Quand un acteur comme Orange propose une offre sociale, on puis dans les faits, ce dans ce qu'on constate, c'est que les gens qui souscrivent à coup de pouce Internet et quand ça va mieux économiquement pour eux, il reste chez Orange.

Donc, c'est aussi un moyen de capter de la clientèle.

On pourrait croire qu'on perd de l'argent sur cette offre, mais non, non, si on le fait, c'est qu'on perd pas, on perd pas d'argent.

AL : Oui, c'est clair.

EL : Peut-être qu'on ne gagne pas beaucoup au début, mais on perd pas d'argent, c'est pas possible qu'on perde de l'argent.

Par contre, ce qu'on a constaté, c'est que.

De temps en temps et en ça arrive, ça arrive quand même sur peut-être je ne sais pas moi, de 10 clients coup de pouce internet au bout d'un an t'en as 3 qui restent qui basculent sur des offres Orange de classiques.

Parce qu'ils sont plus en situation de précarité économique, donc ils sont plus éligibles à l'offre que de pouce Internet, qui est très cadrée.

Mais ils restent sur Orange, ils veulent garder leur numéro, ils veulent garder leur peut être leur boîte mail, et cetera. Ils ont commencé à goûter au service Orange donc ils basculent sur un autre forfait Orange donc c'est un moyen de capter du client.

C'est une offre qui est, sous contrainte de ressources, c'est à dire que tant que tu es dans les conditions, tu peux maintenir l'offre. Elle est réévaluée tous les ans, c'est à dire que tous les ans, si tu as changé de condition à ce moment-là, Orange se réserve le droit de ne pas reconduire le cette offre et très concrètement il y a des cas où les gens ne rentrent plus dans les cases, donc ils doivent changer d'offre et dans ce cas-là en général, ils restent plutôt chez Orange.

AL : OK, on arrive à la fin de l'entretien donc est-ce que tu voudrais ajouter une autre chose ? peut être que je n'ai pas demandé ou à notre idée c'est bien l'esprit.

EL : Non, écoute, c'est bon pour moi.



Entretien 5

AL : Déjà remercie pour avoir accepté.

HL : Je t'en prie.

AL : Donc, cet entretien va s'inscrire dans les entretiens de mémoire que je dois faire pour une mémoire de fin d'année. C'est sur la légitimité d'Orange, en relation aux enjeux numériques dans les cadres de partenariat public. Donc toutes les données collectées, seront utilisées pour des fins d'académiques. Pourrais-tu te présenter, présenter un peu ton poste, ton rôle, des activités.

HL : OK, donc Hélène LACORDE, je suis responsable du programme Orange digital Center qui est notre programme qui permet de mettre en place des dispositifs pour accompagner les personnes en difficulté avec les le numérique où accompagner aux bons usagés du numérique pour les plus jeunes. Et également responsable de la ville atlantique qui est un lieu hybride où on fait plein choses pour les salariés Orange et aussi en externe et dont certains ateliers autour de l'inclusion numérique. Donc rattachée à la direction Orange grand Ouest dans l'équipe RSE de la direction Orange Grand Ouest et j'interviens sur le Grand Ouest qui est donc Bretagne, Pays de Loire, Normandie, Centre-val de Loire. Je suis basée à Rennes.

AL : Super, parfait et du coup tu as parlé des ateliers numériques, est-ce que tu animes des ateliers numériques ?

HL : Alors oui, j'anime des ateliers numériques principalement pour les enfants, donc le l'atelier magiciens du numérique pour l'instant. Et puis il y en aura d'autres qui viennent d'arriver au catalogue et aussi un atelier pour sensibiliser les parents à l'accompagnement des enfants sur Internet. Euh et j'ai aussi des animations autour de la féminisation autour de mieux faire connaître les métiers du numérique aux jeunes filles dans le cadre d'un programme qui s'appelle filles du numérique.

AL : D'accord, et pourquoi tu penses que Orange s'engage à l'inclusion numérique, d'après toi ?



HL : Parce qu'on est l'opérateur historique Télécom, en France et qu'on est donc extrêmement engagé aussi d'un point de vue sociétal dans nos actions afin de permettre aux grand public et aux entreprises aussi d'avoir un usage responsable du numérique à la fois sur la partie environnement mais aussi sur la partie usage même du numérique et aider toutes les populations à pouvoir utiliser le numérique correctement. Déjà, savoir s'en servir parce qu'aujourd'hui, on ne peut plus s'en passer. Le COVID a aussi un petit peu accéléré cette digitalisation de la société, des usages aussi des relations avec le tout, ce qui touche. Au service public tout ce qui touche à l'éducation, tout ce qui touche à la santé, enfin, tout est numérisé.

Maintenant, tout est digitalisé, donc on peut pas se permettre de de laisser des gens en difficulté et nous on a étant l'opérateur historique. Et puis étant une grosse entreprise du numérique en France, on est un petit peu légitime et puis paraissent pas responsable, mais en tout cas, ça fait partie des choses qu'il faut qu'on fasse pour éviter que les personnes soient en difficulté avec le numérique. En fait quelque part, ça fait partie de notre ADN et c'est normal qu'on soit présent sur ces sujets-là, et heureusement qu'on l'écoute.

AL : Oui, et du coup, quel est ton avis sur ces ateliers ?
Si on peut énumérer des points forts et des points faibles.

HL : Alors les points forts c'est que déjà ce sont des ateliers qui sont ouverts à tous, quelle que soit l'opérateur avec lequel on a contractualisé pour son téléphone ou sa télé, etcetera. Nous, on ne fait pas que pour les clients Orange, on fait pour tout le monde donc peu importe l'opérateur, peu importe le niveau de compétence, on s'adapte. Alors bien évidemment, c'est pour des personnes qui sont plutôt ils dans l'illectronisme ou qu'ils n'utilisent pas trop le numérique et c'est gratuit. Et on essaie de d'être au plus près des besoins des bénéficiaires en travaillant avec des associations et en travaillant avec les collectivités pour éviter de toujours de tout proposer dans les grandes villes et de laisser de côté les plus petites villes ou la ruralité. Donc on essaie d'être présent, d'avoir un maillage sur tout le territoire, donc ça c'est plutôt les points forts.
Un point fort aussi, c'est que c'est en partie des salariés d'Orange qui peuvent déployer ces ateliers.



Donc déjà pour les salariés, c'est pour ceux qui arrivent à le faire et qui le font, qui s'engagent. C'est souvent un sujet de satisfaction et de plaisir quand ils font les ateliers, de se rendre utile pour aider des personnes en difficulté avec le numérique. Et pour les personnes qui bénéficient des ateliers c'est une autre façon de voir l'entreprise Orange et de rencontrer des personnes qui n'auraient jamais rencontrées et de profiter de l'expertise des salariés d'Orange. On a beaucoup de salariés qui font ces ateliers, qui n'ont jamais de relation avec des clients ou avec des du grand public dans leur travail, personnes qui sont dans nos cœur business ou dans l'innovation ou même chez Orange France, mais qui sont dans des bureaux qui n'ont pas de relations avec les clients. Ça leur permet de sortir un peu, donc ça valorise l'engagement salarié. Ça permet de se sentir utile. Et puis, sur les inconvénients, c'était ça là l'autre question, les points faibles, j'aurais tendance à dire que c'était peut-être pas assez valorisé d'un point de vue managérial, c'est à dire que c'est vraiment au cas par cas. L'engagement salarié est valorisé vraiment au cas par cas par les managers. On a des managers qui sont très sensibles à ça et qui donc vont eux-mêmes être ambassadeurs, vont eux-mêmes pousser le rôle d'ambassadeur auprès de leurs équipes. Et puis il y en a qui considèrent que c'est pas du tout leur problématique, ils ont autre chose à faire et du coup ils en parlent pas, ils ne valorisent pas voir ils freinent les volontés de leurs salariés en leur disant « je suis désolé mais là cette semaine on a d'autres choses à faire que d'aller faire un atelier » Je trouve ça un frein au déploiement des du programme. C'est que ce soit pas plus porté d'un point de vue managérial et RH, même si notre DRHG fait de temps en temps des petites communications pour soutenir et valoriser ce qui est fait dans les faits au quotidien, c'est pas assez valorisé, c'est pas assez mis en avant. Typiquement, nous, on avait un moment donné, c'est de travailler sur la relation avec les entretiens individuels pour que ça puisse être un volet qui soit mis dans les entretiens individuels pour que ça puisse être des compétences qui sont valorisées dans les compétences métiers qu'on doit tous valoriser, comme la communication. Prendre en main un atelier, un groupe de 10 personnes pendant 1h, ça valorise des compétences de communication et on a tous normalement, dans nos fiches de poste, une communication, une compétence autour de la communication à développer qui s'appelle communiquer avec impact et en fait, pas vraiment réussi à que le rôle d'ambassadeur soit embarqué dans la validation d'un niveau de compétence.



Bon, voilà donc ça, c'est pour moi quelque chose qui, qui, qui est dommage. Après.

Qu'est-ce qu'il peut y avoir comme frein par rapport aux ateliers ? La difficulté d'avoir des ambassadeurs pour les déployer, donc la nécessité du coup en contrepartie de faire des partenariats avec des externes et d'avoir du budget, donc la difficulté aussi de de de moyens. Finalement, parce que c'est un dispositif qui est important, sur lequel on veut s'engager mais sur lequel on a des moyens limités. À la fois un ambassadeur et un budget, on en a quand même. Mais bon, voilà pourrait faire plus si on avait plus de budget. Les ateliers eux-mêmes sont plutôt bien conçus, en général, sont bien perçus quand on présente nos programmes à des partenaires, ils disent que le contenu est pertinent, etcetera. Donc là-dessus, on peut être satisfait de ce qu'on propose.

AL : Oui.
Merci, justement, nous allons parler maintenant un peu de partenariats. Qu'est-ce que tu penses de fait que Orange, doit passer par des partenariats pour déployer sa stratégie d'inclusion numérique.

HL : Ben moi, je pense que c'est, c'est assez logique si on veut pouvoir être partout sur le territoire parce qu'en fait, si on part du principe qu'on fait que avec nos ambassadeurs on pourra pas être partout parce que la présence des salariés Orange elle est pas identique partout sur le territoire on est beaucoup à Rennes, un peu à Nantes etcetera. Puis, dès qu'on va un peu plus en ruralité ou dans des plus petites villes, y a pas assez de salariés donc je trouve ça normal quelque part d'un point de vue, démographique, entre guillemets, de la démographie de l'entreprise, la répartition des salariés qu'on passe par des partenaires, sinon on pourra pas être au plus près des besoins des bénéficiaires. Et après, notre rôle, c'est de trouver les bons partenaires, ceux qui vont répondre à nos, à nos enjeux aussi d'image qui vont être dans le même, la même philosophie que nous. Donc ça, on travaille à trouver les bons partenaires. Et puis qui vont bien déployer les ateliers comme on souhaite et donc au démarrage du PC du programme.

On a choisi quelques partenariats avec lesquels on a eu du mal à travailler.



Aujourd'hui, on arrive à mieux cibler et à mieux cerner ceux avec lesquels on va bien travailler. Donc moi je trouve que c'est, c'est plutôt cohérent par rapport à ce qu'on veut faire.

Et donc voilà, qu'est-ce que je peux en dire d'autre ? En général, ça se passe bien, la relation est satisfaisante. Ils nous remontent le nombre de bénéficiaires, les bénéficiaires sont satisfaits de ce qu'ils apprennent.

Donc, globalement, je pense que c'est un mode de fonctionnement qui est assez cohérent avec ce qu'on veut faire. Si, si, on voulait faire que du Rennes, que du Nantes, que du Brest. Je sais pas quoi. On pourrait se débrouiller avec nos salariés, mais comme là on a besoin d'aller, d'aller un peu plus loin dans les territoires, c'est logique. Et puis ça évite d'envoyer nos salariés à faire 2h de route ou 3h de route donc d'un point de vue aussi impact environnemental etcetera, c'est logique quoi.

AL : OK, et tu peux parler tout à l'heure des critères un peu. Est-ce que tu peux énumérer les critères pour choisir un bon partenaire où comment seraient les partenaires idéales ?

HL : Les critères déjà, c'est un critère de coût, c'est qu'on s'est mis depuis qu'on a commencé le programme, on a, on a évalué à peu près à 10€ le bénéficiaire. Ce critère de coût qu'on avait pas au début, mais ça, à force de tester différents partenariats. Donc on est à peu près à 10€ du bénéficiaire donc si on fait un partenariat hauteur de 1000€, le partenaire doit s'engager à faire 100 bénéficiaires. Après y a la situation géographique, la, enfin le, l'impact géographique que peut avoir le partenaire, et il faut être plus regarder ce qu'il soit, pas non plus à faire trop de déplacements donc qui sont enfin à la fois qu'ils puissent aller sur un territoire mais sans avoir un temps de trajet trop long non plus, donc voir comment il est organisé, lui est-ce qu'il y a des personnes un peu éparpillées partout ? Est-ce que c'est un seul salarié qui fait tout le tour ? Enfin voilà, c'est à regarder aussi. Et puis aussi, quel type de public touche, donc des seniors, du grand public, des pros, des enfants, etcetera. Donc ça, on regarde aussi en fonction de nos objectifs sur les jeunes par exemple, on sait qu'on fait beaucoup avec le foot, donc un partenaire qui fait que une cible jeune on va peut-être essayer



de se dire bon bah là nous, sur tel territoire, on a plutôt besoin d'un partenaire qui va aller voir plus les seniors ou plus les pros, donc c'est un peu ces critères là qu'on regarde. Et puis la relation en fait. Après voir si on a une relation de confiance, donc ça c'est plutôt de l'humain qui se dégage. Si c'est quelqu'un qui veut faire de l'argent ou si c'est quelqu'un qui veut vraiment faire de l'inclusion.

AL : Mais du coup, comment l'image d'Orange a aussi une influence pour justement établir ou pas un partenariat ?

HL : Alors oui, c'est vrai qu'il y a des partenaires, notamment dans les collectivités ou dans les secteurs un peu publics, les mairies, les métropoles notamment Rennes métropole ou la ville de Rennes qui ne veulent pas travailler avec Orange. Ça, ça peut arriver parce que ils veulent développer leurs actions autour de l'inclusion, leurs actions de RSE uniquement avec des acteurs plus petits, les entreprises par exemple. La ville de Rennes, la problématique, c'est que ils veulent travailler qu'avec des entreprises bretonnes.

On n'est pas que Breton, on est, on est, on est international donc ils vont privilégier finalement les actions avec des petits acteurs locaux. Ou alors ils considèrent que on est une marque trop commerciale, donc venir avec une marque comme la marque Orange, c'est pour certains une marque trop commerciale, pas assez philanthropique entre guillemets. Voilà donc ça, ça peut être un sujet. Après la majorité de nos partenaires comme souvent, ils cherchent du budget et ils cherchent du contenu. Avec ce qu'on leur propose, ils ont les 2, c'est à dire qu'ils ont un bon contenu parce que voilà, nos ateliers ont quand même été travaillés, testés, ils évoluent et souvent ils sont, ils sont reconnus comme pertinents. Et puis, on a du budget et pour certains la marque est un gage de qualité quoi.

Donc on a, on a les 2, les 2 types de réactions on va dire, on a ceux qui considèrent qu'ils n'ont pas besoin de nous et ils préfèrent travailler avec des acteurs plus petits. Donc là c'est plutôt les entités qui ont déjà un bon un bon pouvoir d'achat, enfin du budget et puis la notoriété comme les grosses métropoles, etcetera, puis après les plus petits acteurs, on va dire qu'ils sont bien contents de pouvoir s'adosser à Orange.



AL : Dans la durée de partenariat pour toi, quelle serait la durée optimale pour un partenariat ?

HL : Alors, on est souvent sur du un an, voire 2. Au début, on était parti sur 2 et moi j'aurais tendance à dire que 6 mois, c'est pas mal parce que ça permet de tester le partenaire, en tout cas. Démarrer sur 6 mois et après sur 6 mois voir comment ça s'est passé puis après repartir peut-être éventuellement sur un partenariat annuel, si ça fonctionne bien. Mais y a des partenaires. Si on avait eu l'idée de faire un test sur 6 mois avec un budget plus petit, mais on serait rendu compte qu'en fait ça marchait pas. Je trouve que, dans l'expérience, je ferais bien des contrats sur 6 mois pour tester et puis après si ça fonctionne bien, repartir sur un contrat annuel.

AL : OK.

Et quels sont les principaux avantages pour Orange d'avoir des partenaires ?

HL : Alors ça permet de démultiplier, de faire du volume, d'être sur plusieurs cibles et d'être sur des territoires sur lesquels on ne pourrait pas aller.

AL : Parfait et si on énumère les difficultés pour Orange d'avoir des partenariats ?

HL : Alors la difficulté. Mais comme je viens de le dire sur certaines, certains partenaires qu'on aurait aimé avoir par exemple, je reviens sur la ville de Rennes. C'est que potentiellement il y a des partenaires ou des collectivités qui vont pas vouloir travailler avec Orange. Ils ont leur raison et après un autre difficulté, c'est des partenaires qu'on a choisi en pensant que ils étaient organisés et qu'ils pourraient faire et qui nous ont fait croire qu'ils pourraient faire et qui n'ont pas réussi à déployer les ateliers comme c'était prévu sur Rennes. J'ai un exemple, c'est le cercle Paul Bert. Je parle beaucoup de Rennes parce que c'est ce que je connais le mieux, Jean Philippe, Il parlerait mieux des autres territoires, mais où on s'est dit avec Pierre « voilà le cercle Paul Bert, c'est une association qui agit dans les quartiers, auprès des jeunes pour leur proposer des activités l'été ou sur les mercredis, les week-ends donc, ils touchent les populations, ils vont dans les quartiers, ils touchent aussi les familles. On va faire des choses avec eux, on les a formés aux ateliers magiciens, on leur a donné un sac » enfin ils ont récupéré le sac et on les a formés à l'atelier parents aussi.



Et puis ils ont jamais rien fait et ça pour le coup. Avec Pierre, c'est une grosse déception. Et puis un questionnement, parce que les relations étaient bonnes. Pierre avec le cercle Paul Bert et en fait, ils sont jamais réussi à mettre en place donc ça fait un an et demi, ça va bientôt faire 2 ans qu'on l'éthane pour essayer de faire quelque chose. Et il sert à rien, donc la difficulté ça peut être aussi un partenaire qui qui s'engage sans vraiment savoir ce sur quoi il s'engage entre guillemets. Et ça, on le percevait moins bien au début, nous voilà.

On a peut-être pas bien ciblé non plus. Leur capacité à faire, et ça, c'est des choses sur lesquelles on les challenge bien maintenant, quoi, c'est combien ils ont d'animateurs, qu'est-ce qu'ils sont en capacité de faire ce qu'ils font déjà des ateliers et qu'ils sont déjà organisés pour faire ce genre de choses. Et s'ils sont déjà organisés pour faire ce type de d'ateliers ou des ateliers un peu similaires, en tout cas des choses qui ressemblent, on sait qu'on peut être en confiance. Par contre, si c'est des choses qu'ils ont jamais fait là on peut se poser un peu la question et du coup partir sur un test c'est mieux sur 6 mois.

AL : Oui, et c'est parfait.

Et quelle est le retour des personnes qu'ont été sensibilisées aux ateliers numériques ? Si tu peux te rappeler une expérience concrète, positive ou négative comme tu veux.

HL : Alors pour les ateliers que j'ai pu animer, moi donc principalement avec des enfants ou avec les parents, souvent ils sont satisfaits. Enfin tu l'as vu aussi. Quand on fait des magiciens, des choses comme ça. Après, sur l'atelier parents, ce qui est rigolo c'est que je l'ai fait plusieurs fois, principalement avec des salariés Orange jusqu'à présent, donc la semaine prochaine on va faire avec des externes mais même des salariés Orange qui sont dans les télécoms depuis au moins une dizaine d'années.

C'est souvent le cas et bien ils apprennent des choses. Ils découvrent, ils découvrent des notions. Enfin, des petites choses auxquelles ils avaient pas pensé. Ils prennent conscience de pas mal de choses, donc je pense que on a vraiment des contenus qui sont bien pertinents et pour la petite anecdote, tu voulais une petite anecdote quand on a fait un



atelier pour les parents, la dernière fois avec Laurine y avait une personne d'Orange Cyberdéfense quand même Orange cyberdéfense.

Qui sont dans la dans la protection, etcetera, donc à nous pour pas là nommer alors elle est sur la partie communication mais ça fait quand même un moment qu'elle est imprégnée des de de la la cyber, des métiers, de la cyber, des risques, etcetera. elle a pris conscience de plein de choses par rapport à l'usage du mobile pour ses enfants, et c'est assez drôle quoi. Parce que et notamment la notion que c'est pas parce que l'enfant n'a pas son propre téléphone qu'il n'est pas en danger avec le téléphone des autres et que son propre téléphone à elle est un vrai danger pour ses enfants. Et elle avait pas conscience de ça donc voilà c'est une petite anecdote, c'est que il faut pas faut pas se mettre de stéréotypes, de barrières, de cliché, quel que soit l'endroit d'où on vient, on a tous quelque chose à apprendre et notamment chez l'accompagnement des jeunes chez les parents, c'est quand même le fait de le faire sur des salariés d'Orange, innovation, cyberdéfense etcetera, qui sont quand même des gens assez capes sur la partie Télécom, ils apprennent encore des choses, donc voilà. Et puis après, sur les enfants, peut-être ce qu'on a fait sur Good Connections la semaine dernière, c'est un type d'atelier un peu particulier quand même, mais ce que ce que j'ai trouvé très chouette, c'est de me rendre compte que les enfants sont quand même assez au courant des sujets de cyberharcèlement.

AL : Oui.

HL : Donc je trouve que, y a pas que Orange y a plein d'actions qui sont menées sur les jeunes et c'est chouette c'est du coup il faut continuer à faire ce qu'on fait et peut-être que ce que j'ai, ce que je me suis dit, Tu vois c'est, les enfants sont tellement sollicités, tellement alertés que peut être que les plus âgés on devrait avoir peut-être encore plus de contenu pour les plus âgés ? Les jeunes, les jeunes adultes qui parfois sont dans des situations un peu complexes et qui vont se faire avoir. Parce que voilà, ils sont pas bien, c'est parfois des périodes un peu difficiles où ils sont en marge des études ou du travail et tout bon. Bref, et peut-être qu'on a pas assez de de contenu pour ces personnes-là quoi, mais je trouve que les enfants, tous les enfants qu'on rencontre, ils sont toujours assez déjà sensibilisée à tout ça, voilà.



AL : Qu'est-ce que tu sur l'impact, est-ce que tu penses que les ateliers ont vraiment un impact sur les publics ?

HL : Alors là, on est en train de travailler au niveau national. Ils travaillent sur une mesure d'impact, mais je sais pas quand est-ce qu'on aura les résultats, moi, de ce que de ce que j'envoie en tout cas. Concrètement, sur les ateliers que j'ai pu faire, j'ai fait aussi des ateliers seniors. Au tout début, l'impact est très positif. Sur le public senior, c'est évident, ils sont tous super contents quand ils sortent parce que ils savent se servir mieux de leur téléphone. Mieux, des réseaux sociaux. Souvent, c'est WhatsApp ou Facebook. Ils sont très reconnaissants de ce qu'ils ont appris et globalement chez les jeunes aussi et chez les parents aussi, par rapport à ce qu'on vient de se dire juste avant.

Donc je pense que l'impact est très positif.

Après le problème, il est positif à un instant t avec les personnes quand elles sortent de l'atelier, etcetera.

Après, pour savoir ce que ça donne pour eux a ensuite on sait pas trop le mesurer et globalement, sur l'image d'Orange l'impact il est-il est pas satisfaisant parce qu'en fait on n'est pas reconnu pour ça.

On n'est pas connu, on n'est pas reconnu, on fait tellement d'actions qu'ils sont diluées et qu'ils sur lesquels on communique pas d'une manière massive la communication Orange aujourd'hui, c'est de la fibre et des mobiles et de la 5G. Voilà c'est tout.

On parle que de nos offres, on parle jamais de ce que Orange fait dans les autres domaines en ce moment, c'est les JO.

Mais voilà, et donc du coup le grand public, les citoyens de manière générale, ils savent pas ce que fait Orange, donc l'impact des ateliers et de la stratégie d'inclusion numérique globalement nulle on va dire ou très faible.

Par contre, pour les gens qui ont bénéficié, je pense que l'impact est très positif.

AL : Et alors pour se faire une idée de combien personnes sont impactées sur le territoire, quel est le nombre de bénéficiaires ?



HL : Alors sur Orange Digital Center, l'année dernière, 12600 et quelques. Et cette année, on s'est mis un objectif de 12000. Parce que l'inclusion, elle est portée aussi par Orange solidarité avec les ateliers d'Orange solidarité.

Mais je n'ai pas trop les chiffres, ça tu pourras les retrouver je pense dans les dans le cockpit, mais je crois qu'ils sont plutôt à 20000.

AL : Oui.

HL : Ils ont été assez performants parce que l'année dernière, la structure permettait de toucher beaucoup de personnes. Et puis après, il y a aussi des ateliers en ligne, mais nous en tout cas moi, ce que je pilote, c'est 12000 bénéficiaires

AL : D'accord, OK, et comment tu penses que Orange peut renforcer ses actions pour l'inclusion numérique où les améliorer ?

HL : Bah là où je pense qu'on pourrait avoir plus d'impact, c'est si on arrivait à avoir des partenariats nationaux. Formés avec par exemple l'éducation nationale ou même le ministère de l'éducation. Alors, qu'est-ce qui porte tout ce qui est universitaire etcetera donc, l'enseignement supérieur, voilà.

Et puis si on pouvait faire un peu de communication sur ce qu'on fait, la vraie communication pub ou des choses comme ça, là on aurait plus d'impact. Je voilà quelques gros partenariats nationaux fort mais avec des acteurs qui nous permettent de déployer dans les territoires parce qu'on l'a fait avec des partenariats nationaux. On en a eu avec notamment le groupe SOS et puis ça s'est arrêté parce que ça n'a pas fonctionné comme c'était attendu, donc je pense que ça serait pas mal. Et puis peut-être que ce soit plus dans la stratégie, la vraie, la stratégie d'inclusion numérique ne soit pas portée que par les acteurs qui sont là-dessus, c'est à dire nous, notre petite équipe de RSE à la direction de Grand Ouest, mais aussi intégrer dans le management au quotidien dans les entités, que ce soit le sujet pour tout le monde, comme ça commence à l'être, au niveau de l'environnement.

Donc je me dis que bon voilà l'environnement, ça a mis un peu de temps à arriver auprès de tout le monde.

Maintenant, tout le monde est concerné.



Enfin, tout le monde se sent concerné et tout le monde déploie des actions sur la partie NetZero carbone Horizon 2030.

Voilà, il y a des actions dans tous les domaines. Peut-être que au niveau de l'inclusion à un moment donné ça va arriver aussi il faut que ce soit impulsé d'un point de vue stratégique quoi ?

AL : Oui, parce qu'aujourd'hui, ça ne l'est pas ?

HL : Pas suffisamment à mon sens, c'est à dire que pour moi, c'est vraiment porté aujourd'hui par les personnes qui sont sur ces sujets-là, donc nous les ambassadeurs qui s'engagent, les quelques managers qui y voient l'importance d'y aller et les équipes d'inclusion au niveau national.

Et après, si tu vas voir les directions par exemple, direction entreprise, Direction Unité d'intervention, etcetera.

Il laisse faire leurs salariés qui veulent y aller, mais ils poussent pas plus.

AL : Bon, ces sont toutes mes questions. Est-ce que tu voudrais ajouter une autre chose ?

HL : À mon niveau, non, je pense que j'ai dit pas mal de choses. Est-ce que t'as prévu d'interroger un DRCL ?

AL : Oui, 2.

HL : Oui, parce que y a la notion de public qui est intéressante là donc écoute, je pense qu'on a fait pas mal le tour.

AL : Oui, merci beaucoup !

Entretien 6

AL : C'est pour mon mémoire de fin d'étude donc, qui est sur la légitimité d'Orange aux enjeux d'inclusion numérique dans les cadres de partenariat public privé.

JH : Oui.

AL : Donc je pense que tu auras des choses à dire. Et oui donc voilà pour commencer, tu peux te présenter et présenter un peu ton rôle, tes activités, tes fonctions.



JH

:

Oui.

Bon Merci Andrea du coup, je peux te dire en quelques mots en fait mon rôle. Je suis donc salarié d'Orange, mais détaché sur une mission auprès de la région académique Bretagne.

Donc déjà il y a déjà un lien public privé en fait, entre l'entreprise Orange et puis la région académique pour m'occuper, donc, coordonner un projet, un programme d'inclusion numérique qui s'appelle P-Tech, c'est un programme qui est né aux États-Unis sous l'influence de IBM, donc lors de la présidence de Barack Obama. En fait, qui avait cet objet de favoriser l'accès à des études supérieures pour un public à priori, qui se projetait pas, un public défavorisé qui se projetait pas dans des études supérieures. Donc, le concept a été amené en France par l'entreprise IBM et donc en France il y a actuellement un lycée en fait, qui est sous l'influence de, enfin l'impulsion de de l'éducation nationale et des régions académiques qui ont déployé ce même dispositif. Donc moi je m'occupe de l'animation de ce dispositif P-tech sur la région rennaise. Avec un lycée professionnel, le lycée Coëtlogon. Et puis donc, à partir de la rentrée prochaine, il y aura un 2eme lycée qui sera qui sera. Puis il fera partie du dispositif dans, dans la mesure. L'objectif pour nous, c'est d'amener donc des lycéens de lycées professionnels vers 1 BTS. Aucun brevet de technicien supérieur qui, dans une filière numérique la filière s'appelle ciel en fait, pour cybersécurité, informatique et électronique.

Voilà, je vais pouvoir te décrire plus précisément ce que je fais dans ce dans ce programme. Mais voilà le contexte général.

AL : OK ça marche, nous allons passer un peu aux questions et après, si tu as des questions pour moi aussi on peut échanger, donc pourquoi tu penses que Orange s'engage pour l'inclusion numérique ?

JH : OK, alors je engage à ce moment-là, effectivement, dans une démarche d'inclusion numérique ça, ça paraît effectivement le cas. Voilà donc y a plusieurs initiatives pour ouvrir dans le domaine de l'éducation comme dans d'autres domaines, en fait l'accès euh aux technologies numériques. Par exemple, il y a la Fondation d'Orange, en fait, qui organise une succession des ateliers pour des publics qui n'ont pas accès, donc soit des, par exemple pour rechercher un emploi, pour dans leur pour dans le comment dire l'utilisation au quotidien en fait différents publics qui sont,



qui peuvent être privés parce qu'elles n'ont pas les moyens de l'occasion ou les possibilités d'utiliser des technologies numériques.

Donc, cette fracture numérique dont on peut parler, ça peut concerner les personnes âgées par exemple, ça peut concerner des personnes qui sont, comment dire, qui par exemple, toutes les personnes qui migrent vers les pays comme la France en fait ne pas avoir accès parce que quelquefois ne pas avoir dans le pays l'occasion de d'utiliser des technologies numériques dans leur pays d'origine.

Être engagé comme voilà, Orange les effectivement donc, j'ai dit la Fondation dans des programmes comme celui que je, j'anime là le programme P-Tech pour donner aux jeunes une vue de comment les technologies numériques peuvent ouvrir à l'emploi ou bien dans leur utilisation au quotidien leur donner, les apports et aussi les limites qui concernent leur utilisation.

Je sais pas si ça répond à ta question, c'est assez général mon propos donc je peux, je peux aller dans quelque chose de plus concret en fait.

Par exemple, dans mes actions en fait auprès de P-Tech En fait, il y a 3 types d'actions en fait dans ce programme qui est un programme dont l'esprit s'est effectivement d'inclure le maximum tous les publics. En fait, dans cette inclusion numérique. Donc pour en particulier pour des lycéens. Il s'est professionnel, c'est à dire des voies qui sont pas forcément choisies. En fait, c'est plutôt les élèves qui sont dans des lycées professionnels aujourd'hui me disent en fait, ils me disent, Nous, vous savez, Monsieur, on n'a pas choisi d'être là en fait, c'est parce que ils n'ont pas réussi dans d'autres sections précédemment au collège ou parce qu'ils sont pas intéressés par ce que propose les programmes d'enseignement général qui se retrouvent dans cette voie professionnelle.

Donc y a un lien école entreprise qui souhaite, par le ministère auquel Orange contribue donc le lien qui est fait.

En fait, c'est par exemple de d'offrir la possibilité de visiter des locaux d'animer des ateliers. Fabriquer des locaux, c'est pas que les locaux, c'est l'actif de que les jeunes se rendent compte au quotidien d'une activité dans le domaine chez Orange en fait. Aussi dans d'autres partenaires qui font partie du programme de qu'est-ce qui, qu'est-ce qui va faire le quotidien d'une personne qui a suivi des études dans par exemple informatique, en



cybersécurité, en électronique
Donc découvrir l'environnement de travail et les tâches, les activités au quotidien.
Ça, c'est un premier axe.
Le 2e axe, c'est d'effectuer des ateliers dans le lycée cette fois, donc pas en dehors comme c'est le point précédent, donc dans le lycée en fait d'avoir des ateliers qui les aident à se représenter concrètement, ce que c'est que de coder par exemple ce que c'est que de programmer un robot, ce que c'est de poser une sonde environnementale qui va faire des mesures, des captations en fait du degré, par exemple, pour l'eau, de la qualité de l'eau ou l'air ou la qualité de l'ambiance.
Donc ça il parce que derrière il y a un traitement informatique et électronique.
Après des capteurs donc, qui vont être une à type d'activité que peuvent réaliser ces lycéens quand ils continuent leurs études.
Donc ça c'est le 2e axe, les ateliers.
Et puis c'est des ateliers techniques dont j'ai parlé, mais il y a aussi des ateliers plus typés recherches de stage ou ce qui est comment les lycéens peuvent se présenter en entreprise.
En fait, comment est-ce qu'ils sont les codes de disons je sais pas comment ça a été pour toi quand t'es arrivé chez Orange, mais c'est ça ? Ouais.

AL : Oui, comme les codes sociaux.
Ouais, comment un peu de développement de carrière ou de marque personnelle, j'imagine

JH : Exactement.
Alors oui, on n'est pas forcément jusque-là, mais déjà c'est comment est-ce que je me présente à l'heure d'un rendez-vous.
Où est-ce que c'est important ?
Comment est-ce que parce que, au quotidien en fait, que ce soit au lycée ou dans leur environnement personnel, en fait, les lycéens n'ont pas forcément connaissance de comment ça se passe en entreprise, ils n'ont pas eu une première expérience de ça.
Ou quand déjà la candidature, en fait quand je recherche un stage comment est-ce que je procède ?

Est-ce que je rédige un CV, une lettre de motivation ?
Et puis comment je vais me présenter à l'entretien ?
Donc ça c'est une axe dans ce programme P-tech.
Donc, tout contribue en fait à la découverte de la vie professionnelle en entreprise.



Donc y a aussi un 3e axe donc qui est une partie plus individuelle en fait, qui est un axe de mentorat.

En fait, c'est à dire comment un adulte du domaine numérique en fait, va coacher un peu à l'image d'un entraîneur sportif, en fait, comment il va donner envie à un jeune de se projeter dans ce type de métier et ou de l'accompagner sur les difficultés qu'il peut rencontrer, qui peuvent être de différents ordres hein ? Là du coup ce mentor en fait il n'est ni un parent ni un enseignant, donc il y a une relation que c'est ce qu'on vit, c'est de provoquer des rencontres. En fait, où il y a une relation de confiance qui s'établit entre le jeune et puis, puis ce mentor, donc voilà, les 3 axes d'actions de P-Tech

AL : Et cette professionnelle qui accompagne enfin les jeunes.

C'est un professionnel qui appartient directement P-Tech ou c'est qui ?

JH : Alors c'est un c'est un professionnel de l'entreprise, donc essentiellement sur Rennes.

Là, sur la trentaine, en fait de mentors qu'il y a en a environ, Il y en a plus de la moitié, en fait, il y en a les 2/3 en fait qui sont des salariés d'Orange.

Et un 1/3 en fait, qui ce sont des salariés de la poste qui est un autre partenaire. Et puis y a y a un contributeur aussi de de Rennes métropole, donc ce ces mentors là ils sont issus du monde professionnel et c'est là qu'on fait le lien entre Éducation nationale en fait, en en disant, Voilà ce que vous apprenez à l'école aujourd'hui, voilà comment on le met en œuvre professionnellement, quand on on travaille. Le mentor en fait, fait ce pont entre la vision théorique ou même la partie enseignement du lycée, et puis la mise en pratique dans le l'environnement professionnel.

AL : D'accord et après. Est-ce que les jeunes ont l'opportunité de faire leur stage ou leur alternance chez Orange directement ou ils postulent comme tout le monde ? Enfin, comme tous les autres externes.

JH : Alors, c'est une très bonne question. En fait, c'est, c'est favorisé, disons par le fait qu'il y a un mentor déjà dans l'entreprise qui peut utiliser son réseau de connaissances pour offrir la possibilité de réaliser un stage. Mais ce n'est pas l'objectif. L'objectif, il est plus de participer à l'autonomie du lycéen.



Donc, ils apprennent à rechercher un stage en lui donnant des clés pour qu'il réussisse dans cette recherche.

Alors il se trouve que, en plus, les stages qui sont offerts chez Orange, en particulier ils demandent un niveau de qualification d'étude en fait supérieure à ce que les jeunes ont quand ils quand ils sortent d'un bac professionnel donc c'est pour ça qu'on on les amène plus aussi. Enfin, on les amène en tout cas, on essaie de leur montrer l'intérêt de continuer leurs études, par exemple, dans un premier temps vers 1 BTS. Donc c'est ça qui va se passer là, dans le programme P-Tech que j'anime, on est à la 3e année d'existence, donc on a un compagnie des des jeunes qui étaient en 2nde, première puis terminale. Demain à la rentrée prochaine, qui auront pour certains dans une classe de brevet de de BTS. En fait donc le programme P-Tech, il a pour but d'accompagner les jeunes pendant 5 ans. En fait, voilà de la classe et plus particulièrement première jusqu'à la fin de leur BTS. Donc je te dis plusieurs choses là-dedans, au-delà de ta question, c'est à dire que le stage en lui-même, il est possible. Pour faire est assez rare en fait, dans les entreprises partenaires parce qu'il y a un niveau d'études qui n'est pas encore atteint par les jeunes quand ils sont les professionnels. Donc là l'apport du mentor, il est plus de consolider en fait ou de d'apprendre à l'élève comment se présente en entreprise. Comme je disais tout à l'heure pour obtenir un stage.

AL : OK, ça marche, euh, et pour toi quels sont les principaux avantages de ces partenariats ?

JH : Alors pour moi, y en a plusieurs, alors pour les, je pense que pour les jeunes, même si dans les actions qu'on mène. Bah par exemple, là c'est pas la fourniture directe d'un stage. Pour autant, ça montre qu'il y a un lien entre ce qui est appris à l'école et l'utilisation qui vont avoir à en faire lors de leur carrière professionnel, donc ça c'est déjà, ça montre que y a un lien déjà que ensuite, ça donne une opportunité d'avoir une première expérience. Ne pas dans le cadre de stage, mais en tout cas de favoriser de stage en fait. Qui a aussi des jeunes qui par ce biais là en fait, ont une découverte en fait, ils disent, Ah Ben oui finalement j'avais pas prévu continuer mes études, mais si je continue, je vois que je peux faire ce job-là, qui me plaît beaucoup mieux que ce que j'avais prévu initialement, donc ça peut susciter des sinon des vocations.



En tout cas, des envies de continuer. ça, c'est du côté des élèves, y a aussi du côté de de l'entreprise et du côté je suppose du lycée. Même si je ne suis pas le mieux placé pour en parler un lien entre qu'est-ce qu'aujourd'hui un élève il est en mesure de faire, qu'est-ce qu'est-ce que j'en attends, moi entreprise qui va recruter un jeune, comment est-ce que il faut que je rentre mes offres d'emploi par exemple, accessibles où compréhensible ou sur quel point il faut que je sois vigilant dans ma communication pour que ça parle aux jeunes. Et puis pour les enseignants, peut-être c'est aussi un moyen de dire Ah oui, comment j'illustre mon cours ? En fait de cas concrets qui sont utilisés en entreprise parce que n'étant dans le que dans le milieu éducatif, j'ai pas forcément cette vue en fait, donc c'est un pont qui bénéficie en fait au 3 acteurs en fait que sont l'entreprise, le lycée évidemment, le jeune.

AL : OK, parfait et du coup au contraire, quelles sont les principales difficultés qui tu as déjà rencontrées ou qui peut y avoir dans ce type de partenariat ?

JH : Alors d'abord, il y a le choc des cultures. En fait, c'est à dire que une culture d'entreprise qui est basée sur l'efficacité, la productivité, en fait l'efficacité en fait des actions mises en œuvre. Et puis une culture en fait plutôt de l'apprentissage et du savoir où le un, même s'il y a des objectifs, évidemment d'acquisition, de de connaissances en fait. Enfin, l'une des difficultés, c'est d'arriver à comprendre que, par exemple, pour être très concret, j'ai y a des jeunes en fait que si, par exemple je leur offre pas un stage, tout ce que je vais leur dire, ça les intéresse pas. En fait, c'est à dire, ils me disent Monsieur, moi, j'ai besoin de trouver un stage pour mes études. Si vous ne pouvez pas m'en fournir un, Ben à quoi vous me servez ? En fait, ce qui est une très bonne question en fait, c'est à dire que du coup, le manque d'intérêt du jeune, que le mentor il aura beau se enfin déployer toute l'énergie qu'il veut et bien son discours il va pas porter et donc ça pourrait mettre en péril le dispositif sur le long terme. Enfin ça donc il faut arriver à que 1, le mentor intéresse l'élève. 2 à ce que l'élève perçoive enfin ça, c'est ça va être la conséquence, perçoivent l'intérêt du dispositif de cet accompagnement et ça peut se matérialiser concrètement. Effectivement, par l'apport d'un stage en fait. Voilà donc y a le mariage des cultures. Et puis il y a le mariage de, comment est-ce que le jeune, il va percevoir l'efficacité, l'efficacité



ou le pragmatisme ?
Est le sien, il va se dire voilà si y a, si je n'obtiens rien de de cet échange ça me sert à rien quoi en fait.

Je sais pas si c'est clair en fait mon.

AL : Et je trouve que t'as raison, c'est assez compliqué parce que la promesse du programme des pas de d'avoir un stage ou d'avoir une insertion professionnelle direct. Mais du coup, d'accompagner, faire découvrir tous les métiers numériques.

JH : Oui, exactement, donc c'est, c'est tout à fait ça et le but, il est plutôt de participer à l'autonomie comme je le disais tout à l'heure, la prise de responsabilité du jeune dans sa construction de projets professionnels. Donc, qui passe d'abord par la poursuite d'études. Et puis ensuite donc ? Mais ça, il doit en être acteur, c'est à dire que enfin, en tout cas, c'est dans les codes aujourd'hui de de l'entreprise aussi que le chacun est acteur de son parcours professionnel, en fait. Et donc il est plutôt dans une attitude attentiste. En fait, comme peut-être ce que ce qu'il est amené à faire au lycée, parce que le l'âge aussi des jeunes, il faut en tenir compte. Ils ont entre 16 et 18 ans. En fait, c'est un, c'est un âge auquel j'attends plutôt en tant que élève, qu'on me dise ce qu'il faut que je fasse et ce qui est effectivement le rappel des règles, de comment on se comporte en place.

C'est un peu ce qu'on reproduit aussi en entreprise en disant Voilà en entreprise, ça se passe comme ça et donc c'est cet équilibre entre, je respecte des codes et à l'inverse je dois proposer, je dois montrer que j'ai envie. Je dois montrer une motivation donc tout ça, c'est voilà. Donc, c'est comment je fais pour participer à cette autonomie en tant que compagnon de ces jeunes-là ?

AL : OK. Et pourquoi Orange ? pourquoi P-Tech a choisi de faire ce partenariat avec Orange ou comment ils sont arrivés jusqu'au Orange pour faire ces actions ?



JH : Alors, il y a 2 raisons, il y a une première, une raison qui est liée à l'écosystème local. En fait, c'est à dire que dans la région rennaise, Orange est un employeur, sinon le premier employeur de la région Rennaise, donc y a un fort tissu économique avec toutes les entreprises sous-traitance, y compris enfin les ESN. Les entreprises de services numériques, en fait, qui sont présentes localement, en fait, autour de Rennes donc y a un contexte

Dans d'autres régions de France, en fait, ce sont d'autres. Orange étant une entreprise très implantée dans la région rennaise, devient un acteur important pour les pouvoirs publics. Enfin, pour le l'académie en tout cas ? Un acteur à associer en fait à une démarche comme ça. Donc ça c'est la première raison. La première, la raison locale en fait. Et puis, la 2e raison, c'est que peut-être là, c'est ça, rapporte aussi à ton à ton sujet de mémoire, c'est que Orange est un acteur du numérique. Donc la légitimité dans ce contexte de numérique, en fait, Orange et un acteur majeur en fait. Les autres partenaires en du programme P-Tech nationalement donc, c'est plutôt IBM, comme j'ai déjà cité, c'est BNP Paribas ou bien des entreprises en fait du secteur bancaire.

Parce que lui, les échanges maintenant des échanges de financiers, ils sont numériques, donc l'importance du numérique dans ce dans le secteur bancaire est très important. Y a une question de taille également hein, c'est à dire que l'inclusio dépend aussi de la taille de l'entreprise, de nombre de personnes qui sont clientes et donc qui connaissent l'entreprise en question.

Pour que le rayonnement de cette inclusion, il ait un sens, c'est à dire qu'il peut y avoir des gens qui travaillent dans une entreprise de moindre envergure, qui ont une action très fondamentalement très basé sur l'inclusion mais dont la portée ne sera pas la même qu'une grande entre qu'une entreprise d'envergure internationale comme Orange.

AL : Oui. Oui, oui, ça répond très bien. Et du coup, j'avais une autre question sur comment l'image d'Orange influence la décision d'établir ces partenariats. Parce que t'as parlé la taille, de la présence territoriale, mais est-ce que l'image d'Orange a aussi une influence ?



JH : Alors je lâche là, je pense que c'est un peu comme quand j'ai répondu à la première question, ça serait aux personnes qui sont extérieures à l'entreprise qui seraient les plus légitimes pour moi d'en parler.

AL : Et pour vous ?
Ouais.

JH : Moi, ce que je peux dire, c'est qu'en tant que salarié d'Orange, je sais que tout est fait pour que cette image d'entreprise qui est donc inclusive, est responsable effectivement de cet accès au numérique.
En fait, c'est présent dans tous les discours de Christelle Heydemann et différents dirigeants de l'entreprise.

En fait, pour que cette image en fait soit bien perçue, des entreprises comme du grand public, des entreprises clientes comme du grand public.
Je connais pas les faits.
En fait, je sais pas comment si on fait un sondage auprès des gens, de la population française en leur disant Voilà, alors je parle de la France pour voir aussi à l'étranger mais voilà donc je je donc pour moi c'est je je sais pas dire qu'est-ce que moi je je pense que c'est effectivement que ça a eu ça a évidemment participé au choix des pouvoirs publics qui nous ont en fait quand la demande de ce partenariat a été faite elle a été faite par le le ministère de l'éducation nationale auprès du cabinet de.

De l'époque de Stéphane Richard, qui était président d'Orange à ce moment-là.
Et puis localement, en fait par le rectorat de la région académique Bretagne qui ont dit Ben oui, on va à des contacts avec avec Orange, faisant en sorte de.
À DE de matérialiser, de mettre en œuvre ce partenariat.

AL : OK.
Et quel est le retour des jeunes qui sont accompagnés tout au long du programme ?

JH : Alors, il y a plusieurs.
Alors ils ont régulièrement un sondage qui est fait en fait au lycée pour leur demander leur perception.

Donc, globalement, ils sont très contents. Ils expriment leur satisfaction de pouvoir bénéficier de de ce programme.



Quelques-uns sont saisisent mieux, plus que d'autres. Quelquefois, il y a des personnes, y a des jeunes qui se sont pas intéressés, il faut, ça se respecte aussi, mais en tout cas globalement, ils expriment leur satisfaction. Moi, j'ai été très content récemment de voir que dans sa, parce que c'est un peu l'époque-là dans sa candidature de dans son dossier parcoursup en fait un des jeunes de lycées professionnels, a mentionné P-Tech pour dire Bah voilà, moi j'ai envie de continuer mes études. J'ai bénéficié d'un d'accompagnement P-Tech et ça m'a ouvert. Voilà, on a amène un jeune qui est de lycée professionnel, qui a été accompagné dans le cadre de P-Tech, par une mentor et qui a obtenu une entrée dans le programme réseau et Télécom sur Saint Malo, là en fait, avec lequel Orange à beaucoup de relation pour l'accueil notamment de d'étudiants en alternance, en fait, et c'est assez rare en fait d'avoir un jeune qui est d'un lycée c'est professionnel qui va continuer ses études en IUT pour obtenir 1DUT, donc un Bac+ 3.

Donc ça, ça fait partie des réussites effectivement et des on voit quelques parcours comme ça, qui, qui, qui sont encourageants et donc de bah le programme je l'ai peut être pas dit au début c'est il a 3 ans d'existence donc c'est tout récent. On a fait 2 années universitaires complétés. Euh, donc on espère que ça va, ça va s'étouffer.

AL : Oui, okay et oui, en effet j'avais pas demandé la durée de partenaire. Donc pour les moments c'est 3 ans. Est-ce que ça va se renouveler ? il y a durée déterminée ?

JH : Alors ouais, y a aujourd'hui le le partenariat, la, l'accord-cadre qui a qui a été signé en fait par le recteur d'académie par le le directeur régional de d'Orange pour la région Rennaise, en fait, était de 5 ans donc il y a encore 2 années à courir là.

Là, les 2 prochaines années universitaires. Quand j'ai demandé à la à la direction de l'inclusion que ce que programme serait renouvelé, ils m'ont dit qu'il y A ce stade, ils pourraient pas dire donc je, je ne peux pas répondre à ça.

Et pour autant, voilà y a programme qui a une durée de 5 ans. Il y a 3 ans, qui sont qui sont bientôt. Fait y a encore besoin.



AL : D'accord et du coup, la mesure d'impact, est-ce que déjà il y a un intérêt pour mesurer l'impact et si oui comment si c'est un impact social ou si c'est plutôt économique ?

JH : Alors ça, c'est une question intéressante. Oui, y a un intérêt, C'est d'ailleurs, on en a discuté avec les personnes qui, dans le groupe Orange, s'occupent de justement de la, de l'inclusion numérique donc avec. Des des des, des personnes de chez chez des 2 réunions récemment, puis j'en ai un programme là-haut, moi dans le mois qui vient en fait donc effectivement. Y a y a une intérêt à mesurer l'impact. Je je sais pas comment on peut mesurer effectivement l'effet pour, pour être très concret en fait le le lycée professionnel dans lequel P-Tech est déployé sur Rennes y a il compte 1200 élèves. 100 élèves le programme P-Tech qui, il a une influence aujourd'hui sur une soixantaine d'élèves, donc voilà alors évidemment parce qu'il y a plusieurs filières dans ce lycée professionnel et que la filière numérique, elle, ne concerne qu'un nombre réduit de lycéens, donc, il y a environ 96

Euh, c'est un en classe de 2nde qui se divisé après en 2 donc une plus tournée vers technologie électrique en fait.

Et puis une autre plus vers le numérique environ pour moitié, donc 48 à chaque fois, donc on est donc et puis après ça se en terminale, y a encore où y a 24 élèves par classe, donc on est à moins de 200 élèves entre 150 et 200 élèves sur les 1200 du lycée. donc l'impact de ce qui compte sur ses 150 à 200 élèves. Et qu'est ce qui est de l'apport de P-tech par rapport aux autres ? C'est multifactoriel, en fait hein ?

Donc c'est difficile de dire. Pour autant, on s'intéresse. Les indicateurs que j'ai sont plutôt qualitatifs, c'est à dire des jeunes qui témoignent de leur intérêt. Je pense que je vais, si on avait la chance de continuer pendant plusieurs, enfin de renouveler cet accord.

En fait, on pourrait voir sur plusieurs années en fait, si le nombre d'étudiants enfin de lycéens qui poursuivent leurs études. Je pars témoigne d'un intérêt sur l'ouverture et puis voir dans encore plus loin en fait leur inclusion social en fait, comment ça se passe ? On pourrait voir l'effet malheureusement, j'ai pas assez de recul avec 2 ans d'existence pour pouvoir affirmer que ce soit là-dessus. Mais effectivement, les personnes qui sont dans ce lycée, elles sont plutôt issues d'un milieu



social défavorisé et donc ça serait intéressant de voir justement en quoi ça participé à leur changement de conditions sociales en fait à l'avenir. Il est probable que le ministère de l'éducation nationale a des statistiques, donc pas uniquement sur la région rennaise, mais plus globalement, et qui vont, qui pourraient étayer ça et donc cette-là est encore un lien.

Je pense pour ton mémoire en fait entreprise publique sur l'effet que peut avoir un dispositif, par exemple celui-là P-tech peut avoir sur l'ascension sociale. Et de la carrière que vont faire en professionnelle ou si, si c'est et le statut social que vont acquérir les jeunes qui étaient. Ce que je veux dire, c'est peut-être pas clair. Ce que je veux dire, c'est que de mesurer sur plusieurs années, laisser du déploiement de d'un accord comme ça, ça c'est un travail que peut avoir du CERF d'éducation nationale, par exemple.

En fait, et pour mesurer effectivement l'impact social, en fait la tête dispositif.

AL : **OK.**

On arrive bientôt à la fin.

JH : Oui.

AL : J'ai juste une autre question et c'est d'après toi, en quoi l'effet d'avoir une stratégie RSE peut avoir une influence à l'heure de créer ce partenariat ? ou si pas du tout.

JH : Alors je pense qu'aujourd'hui, il y a plus aucune entreprise qui peut, on peut dire que tu peux faire sans. En fait, c'est à dire que c'est devenu une obligation, en fait, par les enjeux environnementaux qui ont auxquels on efface aujourd'hui ? Donc ça, c'est le premier point, c'est-à-dire les entreprises sont actrices et non seulement Orange, mais dans tout domaine en fait, sont actrices de cette responsabilité sociale et environnementale.

En fait donc les en particulier les secondes-là qui arrivent au lycée professionnel dont j'ai parlé à Rennes, c'est une 2^{de} qui s'appelle MTNE pour métier de la transition numérique et énergétique.

Donc là on a les 2 aspects numériques et énergétiques, donc ça c'est pour les contraintes, tout pour l'action environnementale en fait et pour l'inclusion sociale.



Et bien là, c'est plutôt le justement, ce l'esprit en fait de du dispositif P-Tech, c'est l'égalité des chances et donc de donner un public qui est plutôt moins favorisé en lycée professionnel une chance de continuer. C'était mon point précédent. En fait, comment il va continuer ses études ou des enfin professionnellement acquérir des conditions sociales meilleures que celle qui est la sienne à l'entrée au lycée.

AL : OK, d'accord, ça, c'était ma dernière question, est-ce que tu voudrais ajouter une autre chose ou une autre réflexion qui te viennent comme ça ?

JH : Bon, j'espère que ce que je fais dans le programme P-Tech te donne des éléments pour ça, je suis à ta disposition si jamais y a des choses qui n'étaient pas claires, que tu veux approfondir où te donner de la documentation en fonction de ce dont tu as besoin. N'hésites pas à me à revenir vers moi.

AL : Oui.

JH : Au-delà de l'entretien, on peut, on peut échanger si tu le souhaites, en fait, si t'as besoin de de points précis pour étayer, chose que tu veux faire dans ton mémoire si c'est ce que t'as eu aujourd'hui tu te suffis. Voilà, c'est pour moi. Voilà en tout cas, c'était très agréable de d'échanger avec toi.

AL : Merci pour moi aussi. C'était super intéressante parce que je ne connaissais pas trop le programme P-tech,

JH : Ouais bien sûr, ouais. Je peux t'adresser une présentation si tu le souhaites. En fait, si tu veux.

AL : Oui, ça serait bien si tu me, je viens.

JH : Oui, comme ça, ça va te donner des repères en fait.

AL : Merci beaucoup. Bah c'était très enrichissante et si jamais il y a quelque chose qui te revienne par rapport à ces sujets, tu peux m'écrire, voilà.



JH : D'accord, entendu, Merci Andrea je t'envoie le la présentation et puis bonne rédaction de ton mémoire.

AL : Oui, merci, merci beaucoup

Bonne journée.

JH : Bonne journée aussi à toi, au revoir.

AL : Oui.

Entretien 7

AL : Donc c'est un entretien qui s'inscrit dans le cadre de mon mémoire de fin d'études qui est sur la légitimité d'Orange aux enjeux d'inclusion numérique dans les cadres de partenariat public privé.

JL : OK
Pas de souci.

AL :
Donc toutes les données collectées seront que pour mon mémoire et je des fins académiques.

Déjà je me présente donc Moi Andrea Lopez, je suis actuellement alternante dans la direction du communication et RSE et chez Orange donc du coup plutôt dans la partie RSE et tout ce qui est inclusion numérique et Fondation Orange. Je participe à la création du bilan ESG ou RSE et un peu tout ce qui est suivi d'indicateurs.

Et aussi j'anime des ateliers, des ateliers numériques. Et je suis en charge de toute la gestion des sacs de magicien du numérique. Voilà donc un peu ce que mes fonctions, donc voilà pour commencer vous pouvez vous présenter aussi.

JL : OK donc Julien Le Saint, moi je suis chargé marketing à la Ligue de Bretagne de football donc en charge de tout ce qui est relation avec les partenaires de la Ligue, donc un réseau de d'entreprises de de grosses entreprises à des entreprises un peu plus régionales. Et donc c'est on regroupe à peu près 20 à 30 entreprises sur toute la région ou plus même au niveau national.



J'ai aussi la gestion de certains supports de communication comme un magazine mensuel qu'on publie tous les mois.

Et puis l'organisation aussi d'événements.

Donc on est 3 dans le service et puis on se partage un peu chacun, toutes ces tâches, et moi je suis plus quand même sur la partie marketing, ça va faire 5 ans maintenant que je suis à la Ligue.

Je, j'ai commencé par un service civique dans le cadre de l'Organisation de l'événement et ça a débouché sur un CDI.

Et par rapport à Orange en fait, c'est depuis que je suis arrivé en fait moi, sur l'organisation justement de l'événement en 2019, on a commencé à nouer un partenariat sur nos 100 ans. Et puis après, ça a débouché sur un partenariat toutes les saisons, qu'on renouvelait, qu'on renouvelle d'ailleurs sans cesse, qui se solidifie. Et puis on essaie de participer justement à la mise en place des dispositifs que tu évoquais en introduction.

Et puis moi-même, j'ai déjà encadré des ateliers, on se déplace un peu partout, on est allé dans nos pôle espoir là, samedi, on a un événement qui s'appelle toute foot, on réunit plein d'actrices du football féminin en Bretagne et on va leur proposer cet atelier. On a aussi des stagiaires, des services civiques qui nous aident sur le déploiement de ces ateliers. Là, on va dans des clubs, enfin, on fait tout un tas de choses et c'est des dispositifs que moi je trouve très intéressant parce que c'est aussi la volonté de la Ligue, c'est au-delà du terrain, c'est aussi d'éduquer nos licenciés donc c'est important. Et puis donc, on est ravi de collaborer avec Orange à ce niveau-là.

AL : K c'est super.
Et comment avez-vous appris que Orange propose ce type d'ateliers numériques ?

JL : Bah c'est par le biais du partenariat.

Justement, y a y a Pierre qui était venu me voir Pierre BOUTON et qui m'avait dit Bah voilà, nous on va lancer un dispositif. Il sait qu'en en Ligue de Bretagne, on est très, enfin très dynamique. On a, on aime bien ce genre de projet. Il m'en avait parlé, il m'a dit, Comment tu penses qu'on peut mettre en place la chose ? Et donc on avait envisagé un plan sur toute la saison. Cibler des publics en particulier. On a été voir des



personnes ressources, comme mon collègue Sylvain qui, qui lui en fait, il m'a en place un événement qui s'appelle le Breizh Tour, c'est un événement qui va dans toutes les QPV, les ai derrière, en fait, c'est toutes les zones qui sont ciblées dans les régions pour justement faire de l'inclusion. Et donc lui, au-delà de la simple pratique du football, c'est pareil. Il essaie de mettre en place des ateliers et quand on lui a présenté ça, il a tout de suite accroché, il a dit Bah ouais, c'est très complémentaire. Et avant les magiciens du numérique, on faisait playdagogie aussi donc voilà y a une continuité depuis maintenant on va dire 2 ans et demi, 3 ans sur ces dispositifs-là quoi.

AL : D'accord et est-ce que ce type d'atelier, ce type de formation, vont partir d'un engagement direct RSE qu'à la Ligue de foot ou comment ça s'inscrit un enfin au niveau stratégique ?

JL : Alors Ouais Ben nous au tout début comme je dis, ça fait 2 ans et demi, 3 ans, c'était pas, c'était pas du tout, nous, dans notre axe de développement, on va dire, même si c'est ça faisait partie de nos priorités, mais on n'avait pas de comme vous un plan RSE par exemple, donc on était plus en tant que l'accompagnateur à l'origine et là depuis on va dire un an, il y a une prise de conscience qui a été faite aussi de notre côté au niveau des élus, au niveau des salariés, sur la nécessité qu'on mette en place une vraie stratégie. Donc nous ça s'appelle RSO parce qu'on est dans le dans le domaine associatif. Mais si, si y a, on est en train de mettre en place quelque chose qu'on s'est rendu compte au final, que ce soit avec les partenaires ou même nous en interne, on faisait énormément de choses, mais on ne les mettait pas en valeur et c'était pas structuré. Donc on se structure petit à petit à ce niveau-là et bah pouvoir bénéficier de partenaires comme Orange pour mettre en place ce genre d'opération, c'est top.

AL : Oui bah génial OK et du coup enfin je j'ai l'impression que votre avis sur les ateliers est très positive, mais est-ce qu'il y aurait des points faibles ou des points, des axes d'amélioration pour ces programmes en général ?

JL : Oui bah moi je l'évoquais avec Pierre si tu veux sur nos événements. La principale problématique qu'on a pour introduire le jeu, c'est le temps que ça nécessite. On est sur minimum 45 minutes. Si je ne dis pas de bêtises pour bien faire les choses et nous malheureusement sur plein de nos événements, on a des rotations qui vont durer, aller 15, 20, maximum, 30 minutes. Et c'est vrai que si on n'arrive pas à par exemple le dispositif playdagogie, c'est pareil. Le, le temps était assez long, on a réussi à adapter en fait le format et



le mettre en place un peu à notre sauce, tout en gardant bien évidemment là l'idée première, mais sur le dispositif des magiciens, c'est vrai que y a une petite frustration des jeunes si jamais on arrête avant, donc on essaie de garder 45 minutes, mais c'est parfois compliqué sur certains de nos événements. Donc si c'était plus modulable, ça serait, ça serait le top.

AL : Donc, quelle est la durée de partenariat ? parce qu'il a commencé en 2019 mais du coup, c'est un partenariat de combien de temps ?

JL : C'est un partenariat qu'on renouvelle chaque saison, on parce que justement il y a des nouveautés aussi qui sont mises en place par Orange et l'idée c'est de pouvoir s'adapter d'année en année. Si jamais l'année prochaine, par exemple y a un nouveau dispositif qui arrive et Ben là on l'introduira dans la Convention et ça, ça changera peut-être certaines choses, donc comme ça on ne se ferme pas à une longue durée quoi.

AL : OK, et est-ce que vous avez des partenariats avec d'autres entreprises ?

JL : A énormément, on a beaucoup de beaucoup de partenariats.

Ouais, comme je disais tout à l'heure en introduction on a 20 à 30 entreprises partenaires à peu près, donc ça peut être des grosses entreprises nationales comme Bah Orange mais ça peut être le Crédit Agricole, ça peut être des assureurs comme Generali, ça peut être Intersport Nike, tout ce genre y a pas ce que les brioches pasquiers plus régionales niveau plus régional y a Breizh Cola par exemple, des agences de voyages comme visage du monde. Enfin bref, il y en a beaucoup.

AL : OK, et est-ce que c'est et dans les toute la liste des partenariats, il y a d'autres partenaires qui proposent aussi des ateliers ou des actions de sensibilisation au numérique où l'usage du numérique ?

JL : Pas forcément. Il y a, on a par exemple un partenaire comme qui est harmonie mutuelle, qui va lui plus faire de la sensibilisation sur tout ce qui est aspect santé. Mais sur le numérique, pas encore.



Et puis on a des partenaires aussi qui sont plus à venir s'associer à des actions qu'on met nous déjà en place, mais qui sont pas forcément force de proposition comme peuvent l'être Orange où harmonie mutuelle.

AL : OK et du coup avec Orange, quelle seraient les principaux avantages d'avoir ce partenariat ?

JL : Bah comme je le dis, en fait c'est qui êtes venu vers nous et qui nous avez proposé le dispositif.

Ça, c'est le gros avantage parce que c'est vrai que nous, on n'a pas forcément, on a l'envie, mais le temps des fois c'est ça peut être compliqué donc ça c'est vraiment l'avantage. Quant à l'accompagnement aussi, que ce soit d'Alexine et de Pierre, moi je sais que quand ils me l'ont demandé moi j'ai dit Bah pourquoi pas on peut le mettre en place. Par contre, faudra peut-être venir nous expliquer des fois les tutos sur Internet c'est bien, mais ce n'est pas forcément évident donc ils étaient venus, ils nous ont accompagnés, ils sont venus sur nos premières opérations et bah la relation de proximité qu'on a avec Pierre, qui vient souvent d'ailleurs voir comment ça se passe, c'est vraiment le, c'est vraiment, c'est vraiment le gros avantage. J'ai envie de dire Ouais.

AL : OK super et du coup est-ce qu'il y a des difficultés que vous avez rencontré pendant ces partenariats ?

JL : Hormis la mise en place qui est parfois, comme je disais avec le temps qui parfois peut être long, je n'en ai pas forcément.

Après, c'est trouver le temps, c'est ce que j'ai dit à Pierre, peut-être au-delà du des 45 minutes qui sont effectivement, c'est en fait demander à des collègues qui ont déjà beaucoup de choses à faire de leur dire, attendez, peut-être que sur cet événement-là, peut-être que tu pourrais mettre ça en place en plus. Mais oui, mais après, il faut les ressources humaines derrière quoi donc ? Par exemple, à l'origine, samedi, on devait être 100 féminine. Enfin, il devait avoir 100 féminines qui participent aux ateliers. Au final, on sera un petit peu moins, mais quand il y a 100 personnes qui doivent passer sur les ateliers, c'est vrai que ça demande du monde et c'est par, c'est parfois le la petite problématique. Mais bon, on arrive, on arrive quand même à faire le nécessaire.

AL : OK et d'après vous, pourquoi Orange cherche à avoir des partenariats ou des partenaires ?



JL : Bah je pense que bah par exemple. Le partenariat avec la Ligue, ça permet vraiment de de toucher.

Nous, on a 160000 licenciés donc c'est vrai que quand la Ligue communiqué sur le partenariat avec Orange, Ben on touche énormément de monde et puis ça permet, je pense, à Orange aussi au niveau de l'image, c'est vrai que le grand public, ils ont l'image.

Bah Orange ouais ils me vendent mon abonnement ils me vendent mon téléphone mais qu'est-ce qu'il y a derrière ? Et puis, je pense que nous, quand on fait nos actions, en fait les gens ça leur permet de se rendre compte que à Orange, au-delà de ça, ils font de la sensibilisation.

Okay, ils te vendent ton téléphone mais derrière ils te disent aussi bah attention les écrans, faut être vigilant sur la durée d'utilisation sur plein de choses et je pense que pour l'image de de l'entreprise c'est hyper important. Et le partenariat qu'on a avec Pierre, il sait qu'on que nous on va, on va suivre la dynamique qui est, qui est mis en place par Orange donc y a pas de pas de problème et je pense que c'est quand même important de voir l'investissement au niveau des associations comme je dis pour l'image de l'entreprise, je pense que c'est très très important.

AL : OK, et est-ce que l'image d'Orange a influencé la décision d'établir ce partenariat ? ou quelles sont les principales questions que vous vous posez avant de signer un partenariat ?

JL : À l'origine, je vais, je vais être honnête, à l'origine, c'était plus une opportunité et c'est Orange qui est venu vers nous. On a dit « Bah allez pourquoi pas, on va voir ce que ça peut donner » et ça a fonctionné aujourd'hui on se rend compte qu'en plus de ça l'image d'Orange elle est positive et ça c'est un gros point positif pour nous aussi parce qu'on essaie d'être bah c'est notre stratégie hein.

C'est dans un premier temps d'être avec des partenaires si possible locaux, et si possible en plus, qui s'investissent pour des bonnes causes qui ont des actions qui font que la Ligue va pouvoir s'y associer. Et également bénéficier de cette belle image.

AL : Et pourriez-vous me raconter sur les retours des gens qui sont sensibilisés à cette type d'atelier ?

JL : Ah Ben moi, comme j'ai dit à chaque fois bon après y a selon certains, on s'est rendu compte qu'il y a quand même une catégorie d'âge à bien cibler parce que c'est vrai que par exemple, les plus jeunes vont avoir du mal sur certaines énigmes, par exemple la reconnaissance



de certains réseaux sociaux.

Ça va être plus compliqué, les plus grands parfois c'est peut être un petit peu compliqué parce qu'ils décrochent peut-être plus facilement, mais quand on est sur la cible précise que vous me donnez, je crois que c'est, on va dire entre 10 et globalement entre 10 et 15 au maximum. Bah ça se passe super bien, on est allé au pôle espoir récemment à Ploufragan, ça c'était très bien passé dans les clubs. Les jeunes adhèrent. Et puis, au-delà des jeunes, ce sont les éducateurs qui sont à côté, qui nous disent, mais c'est le dispositif est vraiment bien quoi. Le directeur du pôle espoir qu'on y allait. Il m'a dit Bah ça entre totalement. Par exemple, eux, ils ont un programme dans un pôle espoir, y a les études d'un côté le terrain de l'autre et puis y a les éducateurs qui doivent faire le lien entre tout ça. Et puis en fait, ça rentre totalement dans le cadre de leur cursus donc il était, il était ravi, quoi.

AL : OK, ça c'est très bien.

Bon et d'après vous, pourquoi Orange fait des actions pour l'inclusion numérique ?

JL : Pour l'inclusion, pour la sensibilisation, c'est, c'est, c'est plus pour l'inclusion.

AL : Oui, parce qu'en fait dans l'inclusion numérique, nous avons, on va dire 2 principales axes donc déjà, l'accès, l'accès au numérique et donc ça va être tout ce qui est déploiement des réseaux ou l'offre coup de pouce qui sont des offres sociales. Et sinon, il y a l'autre côté que c'est la sensibilisation et la formation parce que il y a des gens qui peuvent avoir l'accès au numérique aux dispositifs où Internet, mais qui ne savent pas s'en servir, qui ne savent pas par exemple faire des achats en ligne ou qu'ils font pas un usage très responsable ou pas très correct de l'internet.

JL : D'accord, donc là on est plus sur la question, c'est plus sur l'inclusion.

AL : Oui.

JL : Bah je pense que tu l'as, tu l'as un peu évoqué, mais je pense que dans le monde d'aujourd'hui, c'est indispensable d'avoir cette inclusion. J'ai envie de dire pour être pas détaché. Et puis même dans le monde professionnel ou les jeunes vont être amenés à évoluer après, si y a un détachement dès le départ, le retard, je pense qu'il va être dur à à récupérer. Je sais que même moi personnellement, quand on voit comment évolue tout ce qui est réseaux sociaux, nouvelles technologies, si on ne la suit pas, c'est ça peut être problématique et je pense que si un jeune, qui est actuellement en étude, est totalement décroché. Et bah ça va, lui, ça va être un



frein pour lui par la suite donc je pense que c'est vraiment un enjeu et je pense que c'est pour ça que Orange s'engage là-dedans.

AL : D'accord et est-ce que au moment de signer le partenariat, peut être pas il y a quelques années où il le faisait pas mais peut-être maintenant oui est-ce que vous regardez, si l'entreprise a une stratégie RSE ou c'est plutôt l'aspect économie ou de l'image qu'est plus importante.

JL : Bah, comme je le disais, je pense que c'est évolué beaucoup et tu l'as bien dit, y a moi quand je suis arrivé en 2019, la RSE, on ne le prenait pas beaucoup en compte hein. C'était l'opportunité, c'était l'aspect financier. Certes, l'aspect financier garde quand même un attrait important parce que dans le contexte économique actuel, on peut pas le nier, mais il y a d'autres choses qui rentrent en compte. Je pense que maintenant, s'il y a 2 partenaires qui viennent me voir, qui en a un qui propose une belle somme, un autre qui propose une un peu plus grosse mais que l'image de la première est meilleure, il y a pas photo. Et puis même avant, en fait, s'il y avait une société qui avait pas une, forcément une bonne image qui venait nous voir, on mettait des freins et puis on était pas là à se dire Bah ouais mais il propose de l'argent. Ouais mais non, parce que sinon on abîmé notre image derrière c'est pas, c'est pas intéressant. Donc effectivement, l'aspect économique reste important et si en plus de ça y a la possibilité d'avoir une belle image, de mettre en avant des belles valeurs, des belles actions, bah ça fait, ça fait la différence.

AL : OK, Euh bon je pense que c'est fini, c'était ma dernière question.

JL : On a, on a été, on a été efficace.

AL : Très efficace ce que tu voudrais ajouter une autre chose ?

JL : Non, du tout. C'est juste rappeler que bah nous le fond le dispositif fonctionne très bien, on est ravi. Nous, ça nous permet aussi bah tous nos stagiaires, nos services civiques. Bah d'être sensibilisés aux dispositifs de le mettre en place. Ça s'est toujours bien passé. Et puis, comme je le disais tout à l'heure, c'est juste remercier Orange. Et plus spécifiquement Pierre et Alexine cette saison-là qui nous ont accompagnés sur tout ça, en espérant que qu'on arrive encore à mettre d'autres choses en place dans les prochaines saisons. Je sais qu'il y a des opérations qu'on fait dans le cadre des matchs de l'équipe de France aussi, ou Orange nous donne des places pour



récompenser les clubs.
C'est plein de petites choses, mais c'est important pour nos licenciés et je pense que c'est bénéfique pour nous et pour vous au niveau de l'image de d'Orange.

AL : Oui, tout à fait.
JL : Voilà.

AL : Bon, merci beaucoup.

JL : Pas de souci, bah bonne bon courage et puis bah bonne continuation dans tes études.

Entretien 8

AL : Déjà merci pour accepter l'invitation de cet entretien. ça rentre dans ma recherche pour mon mémoire de fin d'études et donc, mon mémoire porte sur le sujet de la légitimité d'Orange en relation aux enjeux d'inclusion numérique dans le cadre des partenariats public privé et donc j'ai choisi plusieurs personnes pour faire les entretiens dont toi.

LM : Merci.

AL : Et donc, est-ce que tu pourrais te présenter et présenter ta mission au sein d'Orange ?

LM : Oui donc du coup moi je suis Laurent Martin-Blanc, donc à la direction de la responsabilité sociétale et environnementale d'Orange France dans les équipes de Cathy EXCOFFIER et moi, je suis en charge de l'inclusion numérique.

Donc du coup moi je suis en charge donc de l'inclusion numérique et en particulier du programme Orange Digital Center.

Je suis à la DRSE depuis 2004, donc voilà, j'ai fêté mes 20 ans à la DRSE avec voilà des expériences multi thèmes multi domaines.

Après voilà, tu me dis si tu veux que je précise certains points ou si c'est ?

AL : Oui, nous allons repréciser au fur et à mesure des questions, donc la première question est direct dans les sujets, donc pourquoi tu penses que Orange s'engage à l'inclusion numérique ?

LM : Alors l'inclusion, on s'engage dans l'inclusion numérique.



Pour lutter contre l'exclusion numérique et parce que on estime que qu'il est dans notre champ de responsabilité que de se préoccuper de ça après y a plusieurs champs de l'inclusion numérique, ça veut tout, tout. Enfin, ça peut vouloir tout dire et rien dire, et donc nous en fait.

On a identifié 3 zones dans lesquelles on est pour nous pertinents d'intervention et qu'il est de notre responsabilité de d'intervenir et qui sont 3 champs qui viennent de l'exclusion numérique. Premier de ces champs, on a l'habitude de dire bah, premier facteur d'exclusion, c'est si tu n'es pas couvert par les réseaux, c'était voilà.

Si tu dois étudier de chez toi et t'as pas de réseau, bah c'est compliqué donc du coup ça ce sont des plans d'action qui qui sont menés par les équipes réseau. C'est pas la RSE, qui gère, évidemment, mais ça, c'est tous les plans de déploiement des réseaux débit mobile ou au débit fixe, la fibre, donc ça déjà ça permet d'apporter la couverture. Une fois que les gens sont couverts, le 2e facteur d'exclusion numérique, finalement, c'est la difficulté financière ou la difficulté physique d'accéder au numérique.

Et là, du coup, on pense qu'il est de notre, de notre ressort de travail sur ce sujet parce que d'une part bah on vend les forfaits donc c'est comme ça qu'on a créé le l'offre sociale coup de pouce Internet qui permet aux personnes les plus en difficulté financières de pouvoir accéder à un abonnement internet télé, téléphone fixe à un prix de 15,99€. Et puis on a également tout un programme autour de l'accessibilité pour les personnes qui sont en situation de handicap, donc on a des bouts des boutiques qui sont labellisées, qui permettent l'accès et on a aussi des catalogues dédiés, des moyens de communication adaptés aux personnes qui souffrent handicap.

Donc ça c'est le 2e facteur, donc ensuite on est couvert, on est les moyens d'accéder.

Et le 3e facteur d'exclusion qui est celui sur lequel on intervient en particulier avec Orange digital center, c'est le l'usage et donc la problématique des gens qui soit ne savent pas utiliser le numérique et donc ils ont besoin d'un accompagnement pour découvrir le béaba du fonctionnement ou la cible des jeunes et des enfants en particulier qui eux savent très bien utiliser le numérique.

Mais pour lesquels il y a les problématiques de mauvais usages du numérique. En tous les cas de méconnaissance de la façon dont on doit se protéger des cyber violences et de la façon dont aussi parfois on se comporte sur les réseaux.



Donc voilà les 3 chances et je couvre. Je permets d'accéder et j'accompagne dans les usages et donc on le fait parce qu'on pense qu'on est en effet, c'est à ce sont des sujets de responsabilité de l'opérateur.

AL : Okay et donc pour déployer toutes ces actions, notamment les ateliers numériques. Quelle est le retour général des ateliers numériques ? Si tu peux énumérer un peu les points forts et les points faibles.

LM : Ouais Ben les ateliers numériques, hein ? Ce sont des ateliers de sensibilisation aux usages dans la découverte des usages et de l'accompagnement à la prise en main des équipements ou des services.

Donc c'est des choses qui sont dispensées gratuitement, clients ou non, client en ligne ou en physique. Ça dure en gros 45 minutes donc je pense que les points positifs. Le gros point positif, c'est qu'il y a ça génère une énorme satisfaction client.

On a un delta sat de quasiment entre 60 et 70 en fonction de en ligne ou physique parce qu'il y a toujours une petite préférence, un petit gain quand on est en physique avec quelqu'un qui parlait en direct, donc déjà ça génère vraiment une grosse satisfaction client parce que les gens qui viennent, qui sont perdus, ils ont pas de repères et on leur apporte des vraies réponses concrètes à leur problématique.

Ça c'est gros point positif, le 2e point positif des ateliers numériques, c'est que ça permet aussi de fédérer les salariés autour d'un programme d'engagement, puisque pour partie, ces ateliers sont animés par des salariés volontaires, les ambassadeurs.

Donc ça veut dire qu'on va travailler la fierté d'appartenance des salariés qui, une fois qu'ils ont animé ces ateliers, se rendent bien compte de l'intérêt de leurs clients et les clients leur disent merci.

Enfin, les clients, les participants, voilà, les remercient, leur disent que c'est voilà très important pour eux, donc ça donne aussi du sens à ce que tu fais.

Et en termes d'inconvénients ?

Ben je dirais que l'inconvénient.

Enfin, le problème entre guillemets de ces ateliers, c'est à la fois un. Comment est-ce qu'on maintient un catalogue à jour et qui évolue de type d'ateliers, de c'est comment on arrive à porter à la connaissance des bénéficiaires, l'existence des ateliers pour les inciter à s'inscrire ?



Et 3, c'est comment est-ce qu'on arrive à fédérer nos salariés ambassadeurs ? Et elle est mobilisée pour aller organiser et animer ces ateliers.

AL : J'aime que t'as parlé d'une partie un peu de la mesure, de l'impact des ateliers. Au-delà de la satisfaction de bénéficiaires à la fin de l'atelier. Est-ce qu'il y a d'autres indicateurs pour mesurer l'impact ?

LM : Alors alors écoute depuis aujourd'hui on a mis en place 2 nouveautés. Depuis ce matin, on met en place un questionnaire de on va dire de mesures, de la confiance et des compétences avant les ateliers des clients.

Donc là si tu t'inscris, si tu t'inscris à un atelier autour de la sécurité parce qu'on a commencé avec les ateliers sécurité donc par exemple sécuriser son smartphone quand tu vas recevoir le J-1 et le J-7 on te proposera de répondre à un petit sondage il y a 5 questions pour savoir comment tu te sens en confiance, est-ce que tu te débrouilles toute seule ? Etcetera. Et on a aussi du coup intégré dans le J+1 donc le questionnaire très chaud une journée après ces mêmes questions, de façon qu'on puisse aller mesurer, Eh bien on va dire, l'augmentation de la confiance et l'autonomie, donc l'impact quelque part qu'on va, qu'on va générer, ça c'est aujourd'hui, donc on alors on l'a lancé ce matin.

Et puis 2e point ce matin aussi, on a lancé pour les personnes, la possibilité de faire des tests PIX pour vérifier s'ils ont bien acquis des compétences pendant leur atelier.

Donc ça va nous permettre de mesurer d'engager une, une mesure d'impact de ce programme.

AL : OK, et donc il a une grande partie du programme qui s'est fait aussi grâce aux partenaires. Et donc, qu'est-ce que tu penses du fait que Orange doit passer par des partenaires pour déployer la stratégie ? pour déployer les ateliers ?

LM : Bah ce que je disais tout à l'heure, c'est qu'en fait, une grosse partie est fait par des salariés.

Maintenant, on sait qu'un c'était dans des points faibles, que j'ai dit, c'est, on a du mal à les mobiliser et donc en fait, si on veut démultiplier notre action et faire en sorte de toucher plus de personnes. Le partenariat est le moyen qu'on a trouvé pour aller dispenser les ateliers à notre place, donc c'est un moyen intéressant parce que je trouve que ça permet de servir la proximité avec les acteurs locaux puisqu'on va prendre des partenaires qui sont locaux à chaque fois. Donc ça, ça permet ça.



Ouais, ça permet vraiment de travailler l'ancrage, l'ancrage territorial local. En effet, ça devient un centre de dépenses que de faire de l'animation des ateliers.

AL : Euh, et donc ce type de partenariats pour toi, quelle serait la durée idéale pour avoir un partenaire ?

LM : Euh sur c'est rien au moins un an de toute façon.

Voilà, je pense qu'il faut s'inscrire en dans une durée, hein, pour avoir parce que ça prend aussi du temps de monter en compétences. De monter en compétence sur l'animation de ces ateliers hein, donc les partenariats, je pense qu'il y a un an après, on a aussi sur la partie en ligne.

De l'externalisation pure donc là ce n'est pas des partenaires associatifs hein c'est c'est des c'est une agence de coach hein qui me sont montées en puissance et qui prennent des étudiants ou des personnes qui ont besoin de travailler et qui animent les ateliers.

Donc là on le fait sur une période en général de 2 ou 3 mois quand on a besoin de faire de la suppression sur un temps particulier. Et là, comme on a lancé nos offres sécurité ce matin, on a fait une suppression sur les ateliers sécurité.

AL : Ok donc OK ça marche donc ça dépend un peu de partenaires aussi et de besoins.

LM : Oui oui, des besoins tout à fait.

AL : Quels sont les principaux avantages pour Orange d'avoir des partenariats et qu'ils seront les principales difficultés ?

LM : Ben avantage hein, ce qu'on a un peu dit hein, c'est d'avoir la possibilité de remplacer nos animateurs par des gens dans le métier et qui sont au plus proches des ateliers.

Euh l'autre l'avantage aussi je disais c'est que du coup ça permet d'être un acteur présent avec plein de petits acteurs territoriaux, donc ça montre auprès d'un certain nombre de structures que Orange est un acteur présent et qui contribue à soutenir les associations locales. Et puis le l'inconvénient, bah s'il faut les trouver, il faut s'assurer qu'ils sont compétents, qu'ils sont fiables et qui ne sont pas trop chers. Qui sont juste pris, disons, voilà.

AL : Ah Ben ça je rejoins une autre question, quelles sont les principales questions à se poser avant de signer un partenariat ?



Oui bah du coup un est-ce que il s'est vraiment ?

Est-ce que en fait, ça dépend aussi à quoi te sert ton partenaire parce que ton partenaire il peut te servir à faire de l'animation, mais il peut aussi te servir à faire venir des gens, donc souvent, ce qu'on leur demande, c'est aussi de faire venir les gens.

Donc la question, ça se posait, c'est est-ce que naturellement il a déjà un public de bénéficiaire qui t'intéresse parce qu'on a eu plein de partenaires qui disaient, vous inquiétez pas, on va faire venir des participants etcetera. Et en fait, il arrive pas plus que nous.

Donc déjà, est-ce que c'est son champ d'action ? Est-ce qu'il y a déjà des bénéficiaires qui viennent participer dans ses locaux à des trucs ?

Est-ce qu'il est compétent, est ce qu'il sait faire de l'animation ? Après, tu peux aussi avoir des partenariats, de lieu où en fait tu demandes à la personne de te mettre à disposition un lieu dans un endroit, mais ça, on essaye de plus le faire parce que parce que les lieux, on arrive toujours à trouver le problème, c'est d'avoir les bénéficiaires et l'animation et surtout ça le problème.

AL : Il faut aussi, un engagement financier d'Orange aussi pour avoir des lieux ?

LM : Ah Ben oui, parce que le lieu, il appartient à quelqu'un et il a une valeur locative.

Donc, en fait, tout le temps que tu vas l'utiliser, ça veut dire que la structure ne peut pas l'utiliser et donc c'est un problème.

Donc t'es obligé en effet, même de rémunérer de toute façon un partenariat gratuit ça existe pas, c'est pas légal.

Un partenariat gratuit un partenariat en bonne et due forme y a toujours un échange entre 2 entre 2 parties d'une valeur égale.

Donc je te donne, je te donne une salle, tu me donnes la valeur de la location de la salle.

Cette valeur, elle n'est pas forcément en euros, ça peut être dire mais Ben moi je te fais de la pub ou je te donne des cartes SIM ou je fais voilà puis avoir différentes solutions, mais tu dois apporter chacune des 2 parties doit apporter une valeur égale.

AL : Est-ce que pour toi, l'image d'Orange a une influence à l'heure d'établir un partenariat ? Est-ce que l'image d'Orange influence les partenaires et les futurs partenaires ?



LM : Ben oui, je pense que oui.

Oui Ben je pense que déjà je pense qu'il y en a enfin, on est quand même une marque reconnue de confiance qui est légitime auprès des Français.

Donc Marque française, donc on voilà.

On sait que par rapport à d'autres acteurs qui sont plutôt des acteurs américains, on a une aura qui est meilleure, donc ça peut favoriser l'envie de le faire avec nous.

Il y a sûrement aussi des gens qui se disent que on a plein d'argent et que c'est bien d'aller avec Orange parce que comme ça, ils vont pouvoir ramasser de de de voilà, de de des gros chèques.

Et par opposition, il y a aussi, je pense, des partenaires associatifs qui pourraient refuser de travailler à Orange en disant Vous êtes une multinationale, grande entreprise du CAC 40 et donc vous êtes un peu le diable quoi donc en fait, on veut pas travailler.

Voilà, donc ça peut être dans les, dans les 2 sens et le premier est plutôt en général gens sont plutôt contents qu'on vienne les chercher parce que on apporte du sérieux, de la communication et de l'argent. Mais il y a aussi des acteurs qui pourraient se dire bah non, c'est comme de mettre l'expression en français le loup dans la bergerie quoi ? Voilà.

AL : Et ça, ça, ça arrive assez souvent qu'il y a des associations ou d'autres types d'institutions qui préfèrent ne pas travailler avec Orange ?

LM : Non non, non, non. En général non. Après, il y en a certains qui le font parce que leurs dirigeants sait que c'est pour faire une voilà et mais au sein de l'association, ça peut générer des discussions.

On a été mécène d'une très grande association. Emmaüs International pendant des années et au tout début, je sais qu'au Conseil d'administration de de cette association, le mécénat d'Orange. Il passait pas bien quoi ?

Et pour autant, on est resté fidèle pendant quasiment 14 ans, 15 ans.

AL : Ah oui, beaucoup.

LM : Et on a fait des choses ensemble et ils ont vu que on faisait des choses correctement, que c'était pas pour utiliser l'image de marque du partenaire. Eh bien parce que on comptait mener les actions sérieuses ensemble.



AL : Oui, donc ça a pris le temps quand même pour arriver à leur convaincre.

LM : Non non, non non non, pardon, je me suis mal exprimé.

On a été partenaire pendant 14 ans, mais donc dès le début on était partenaire, mais par contre, au début il y avait des discussions sur des personnes qui ne trouvaient pas normal qu'on ait été partenaire.

Enfin, que Emmaüs international soit partenaire d'Orange.

AL : Ah, d'accord, oui, j'avais pas compris.

LM : Voilà, alors c'est pour ça, je je reformulais, je me suis mal exprimé. Donc non non, on a on était partenaire pendant 14 ans et ils ont vu au fur et à mesure que c'était sérieux et donc après on a on a levé les doutes, les doutes du partenariat.

AL : Donc je reviens au niveau de l'offre coupe de pouce. La stratégie pour diffuser ou pas cette offre, ça marche comment ? Comment on arrive à toucher la cible ?

LM : Bah c'est bonne question parce que c'est pas des clients qu'on a chez nous, c'est pas des personnes qui viennent chez Orange donc on pense que c'est pas des personnes qui seraient sensibles à être publicité Orange parce que je pense qu'elle dit c'est pas pour moi etcetera. Donc, en fait là dès le début de la stratégie, ça a été de passer par des intermédiaires qui sont au contact des bénéficiaires potentiels, donc des associations, des bailleurs sociaux, voir des organismes de banque type les points passerelles du Crédit Agricole ou de la caisse d'épargne. Les structures sont au contact de ces personnes et peuvent apporter à leurs connaissances sur l'existence de l'offre et du fait que ça peut leur permettre de faire des économies chaque mois.

Et puis récemment, on a aussi bénéficié d'influenceurs, des enfin c'est pas des influenceurs mais de personnes sur les réseaux sociaux qui ont qui partagent des bons plans et qui ont partagé ce bon plan a une communauté qui a généré beaucoup beaucoup de souscriptions.

AL : Oui, et est-ce que dans le marché on retrouve d'autres offres similaires ?

LM : Aujourd'hui y a pas moins cher parce que elle est, elle est pas limitée dans le temps parce que tu peux tomber sur des promotions ou c'est genre qui peut être 10€ ou 12,00€ c'est pas le 6 mois ou 3 mois après ça remonte à 30 ou 40€. Là c'est 15,99€ tout le temps n'y a pas de frais de d'accès, y a pas de faute de résignation. Et sans engagements, donc.



Y a pas y a pas.

Y a pas mon cher, ouais.

AL : OK et ça a généré jusqu'au moment un impact, Ça fait combien de temps que cette offre elle est disponible ?

LM : Je pense, ça fait 3 ans je pense.

Je pense que ça fait 3 ans et là on a 53000 clients en parc.
En France

Et que, en France métropolitaine, c'est pas déployé dans les territoires d'outre-mer.

AL : Ah oui, d'accord, donc ça c'est important.

Euh on arrive à la fin

Parfait et juste avant de nous quitter ce que tu voudrais ajouter, une autre chose peut-être quelque chose que je n'ai pas demandé où évoqué, ou une autre réflexion qui te vient comme ça ?

LM : Bah non, je pense que j'ai dit ce que j'avais en tête.

Non, c'est de dire que en effet, la question de posée sur l'impact, elle est majeure parce qu'aujourd'hui, la question de la mesure d'impact, elle doit vraiment y griller toute compagnie, donc ça c'était pertinent.

Je trouve de voilà, il faut vraiment pas oublier la mesure d'impact et que aujourd'hui dès lors qu'on lance et qu'on annonce des choses, on va nous demander de plus en plus, et alors, c'est quoi l'impact, ça c'est majeur.

AL : Ouais, surtout l'impact social, j'ai l'impression qu'il est en général partout difficile à mesurer. Parce que ça prend du temps, parce que ça prend d'autres types de de mesures, c'est pas toujours économique, donc.

LM : Ah ouais, c'est c'est une mesure importante.

AL : Bon d'accord, merci beaucoup.

LM : Bon Ben je t'en prie.
Et puis bah écoute à bientôt.

AL : Oui, à bientôt va bon après-midi.



LM : Au revoir, merci toi aussi au revoir.

Entretien 9

AL : Ma problématique de mémoire, c'est comment renforcer la légitimité d'Orange aux enjeux de l'inclusion numérique avec des partenariats publics privés. Donc c'est pour ça mon intérêt de t'interviewer

Donc, d'abord Ben l'appel elle est enregistrée, ça va transcrire toutes les données qui seront utilisés pour mon mémoire, donc en gros des fins académiques.

PB : Je te fais confiance

AL : Oui, donc tu peux te présenter s'il te plaît avec tes fonctions, ce que tu fais. Tes activités principales ?

PB : D'accord, donc je suis Pierre BOUTON je travaille la direction de la communication d'Orange Grand Ouest et je suis en charge de toutes les partenariats et les actions externes sur le territoire de la Bretagne et des pays de la loi. Mon métier premier, c'est ce qu'on appelle « Faire préférer la marque Orange », c'est à dire que je fais pas de communication commerciale, je fais pas de de business entre guillemets mais je vends entre guillemets la marque au grand public.

Pour ce faire, j'utilise des partenariats à diverses et variées dans différents territoires de communication pour mettre en avant que Orange et proche de ses clients, autant dans leur vie au travers des téléphones, des accès internet, mais autant aussi dans la vie de tous les jours et plus particulièrement dans la pratique ou dans les activités que préfèrent les gens Exemple, on fait des partenariats sur les festivals de musique pour montrer aux fans de musique que

Orange est présent dans entre guillemets, ce qui les passionne, leurs loisirs, leur plaisir et ainsi de suite.

On met en avant aussi quand même au travers de ces opérations, la qualité de nos réseaux puisque c'est un peu l'idée, mais aussi on est, essaye de travailler sur l'axe proximité. Là, on veut donner l'impression que Orange est très proche de ses clients et qu'on habite à côté de chez eux et qu'on ait fait partie du tissu économique et qu'on est partie prenante dans la vie associative, culturelle et sportive de leur territoire. Et donc, il y a quand même une partie des partenariats qui s'est inclus dans les stratégies et l'inclusion numérique qui arrangé bien sûr,



c'est à dire qu'aujourd'hui on a des on a les nouveaux territoires par rapport à l'engagement RSE du groupe Orange, ou de plus en plus on essaie tant que faire se peut bien sûr d'intégrer une partie RSE dans nos partenariats. Alors des exemples, je peux t'en donner une : DOGO, on a un partenariat sur le festival de Bobital oui, festival de musique qui va se passer autour de Dinan, dans lequel on a 2 actions complètement RSE. On est partenaire de l'association qui gère le festival, avec lequel on a organisé une collecte des mobiles sur le territoire. Et chaque personne qui déposait un mobile dans la boîte mettait son nom et son numéro de téléphone derrière le mobile, après quoi on fait un tirage au sort et on offrait des places au festival de bobital aux gagnants de ce tirage au sort. De plus, on va organiser des ateliers numériques à destination de l'association oui pour sensibiliser les bénévoles à l'usage du numérique. Parce que durant la période du Festival, beaucoup de ces gens utilisent les réseaux sociaux comme WhatsApp choses comme ça, donc ça nous permet comme ça de leur expliquer les risques et de les sensibiliser à l'usage de applications numériques.

Et on fait de même pour le festival du bout du monde ou là ou c'est pareil. On a des ateliers pour les festivaliers, pour les bénévoles de l'organisation, donc les ateliers sont, les ateliers numériques sont justement pour les bénévoles de du festival et de l'association. Ça c'est spécifique pour des partenariats qu'on fait qui sont plus larges. Dont l'objectif premier du partenariat fait la préférence de marque peut faire des actions, mais on ajoute maintenant de plus en plus une brique RSE qui touche moins le grand public mais qui touche l'organisation. Et on pense comme ça que les organisateurs, les bénévoles, quand ils participent aux ateliers ils ont envie peut-être d'aller plus loin ou de parler du fait de que Orange fais des ateliers à destination des populations éloignés du numérique.

Après, on a des partenariats qui sont plus axés RSE plus particulièrement le programme Orange digital center. Il me vient en tête les partenariats qu'on fait avec les lignes de football où là, avec la Ligue de football de Bretagne, par exemple, ou même de Pays de la Loire, on intègre dans la convention de partenariat le déploiement de 2 types d'ateliers à destination des jeunes. Le premier atelier, c'est les magiciens du numérique, donc un Escape Game qui va permettre aux jeunes de sensibiliser à l'usage des réseaux sociaux. Qui est généralement pratiqué par les éducateurs ou par la Ligue au moment où les gamins ont entraînement, mais qui fait pas beau qu'il y a un moment, voilà y a des opérations par exemple ou les équipes tournent, ils ont des moments de, ils sont un peu plus cools, à ce moment-là, on leur propose de participer à cet



atelier.

Et puis, on a surtout surtout, on déploie un atelier qui a été créé spécialement pour le football qui s'appelle playdagogie, qui est rentrée en plus maintenant dans le plan de formation, ce qu'on appelle le plan d'éducation et de formation de la Ligue. Et qui lui est déployé sur les grosses événements qui sont organisés par la Ligue.

Exemple, le Breizh City tour, c'est tout un dispositif qui se déplace en Bretagne et il faut un atelier instant d'Orange puisque le principe de playdagogie c'est de sensibiliser les jeunes au numérique par la pratique du football, c'est à dire que, au travers d'actions menées sur le terrain du football, on fait la, on fait la similitude des actions qu'il pourrait mener sur les réseaux sociaux et on les sensibilise comme ça. Bah Voilà, t'as fait telle pas à telle personne à ce que tu le connais, ce qui va te renvoyer la balle.

Et bien sûr les réseaux sociaux c'est pareil, tu fais telle action avec quelqu'un. Si tu connais pas ce que tu sais, ce qu'il va en faire et ainsi de suite, on essaye de transposer le monde du numérique dans le monde du sport et on s'aperçoit que les enfants sont plus sensibles à la compréhension de ce que l'on dit parce qu'on leur fait pratiquer leur sport préféré. Donc c'est le meilleur moment pour la sensibilité.

AL : Tout à fait OK, et quel est votre quel est ton avis sur ces ateliers ?
Si on peut énumérer un peu les points forts et les points faibles

PB : Alors le point, le point fort pour moi c'est la durée, c'est pas très loin, c'est la taille des groupes qui travaillent dessus parce que moi j'en ai animé quelques-uns, donc on est sur une dizaine de personnes donc je trouve ça bien parce que ça permet non seulement de donner de l'information mais le temps d'échanger, voire même de manipuler le téléphone si je travaille sur WhatsApp par exemple. Donc ça c'est bien on a le temps
Euh Ce que j'aime bien aussi, c'est qu'on annonce d'emblée qu'on est pas sur des formations mais sur des sensibilisations.
C'est à dire qu'on donne pas toutes les clés, mais on sensibilise les gens à l'utilisation du numérique après c'est de leurs responsabilité s'ils veulent aller plus loin et trouver des formations plus adaptées à leurs besoins.

Le 2e point fort, qui est un point fort, mais aussi je pense à un point de faiblesse, c'est qu'aujourd'hui le nombre d'ateliers est un peu limité. Bon après le catalogue faut le temps de mettre en place.



C'est ainsi que voilà, ça répond pas, je pense à tous les usagers qu'on a du numérique, on est sur une partie parce que normal faut bien commencer par quelque chose. Après le, le vrai point faible, c'est le déploiement puisque aujourd'hui le déploiement des ateliers se fait de 2 manières possibles, soit entre guillemets, on rémunère au travers d'une convention de partenariat un partenaire associatif où collectivités locales à qui on va verser une somme d'argent.

Et du coup, ce sont eux qui vont s'emparer de l'atelier et les déployer à notre nom. Donc ça c'est bien parce que du coup, c'est sur leur Manpower. Par contre, nous, on a une difficulté, c'est sûr. Certains ateliers, on nous demande du complément pour former, l'on n'a pas suffisamment d'ambassadeur Orange pour pouvoir aller déployer ces ateliers au plus grand nombre. Donc t'as un frein au déploiement je pense

AL : Et maintenant, nous allons passer un peu à la partie partenariat même si on a déjà commencé à parler. Et qu'est-ce que tu penses du fait que Orange passe par des partenariats ? ou, qu'est-ce que tu penses des partenariats ?

PB : Moi, je trouve ça bien parce que d'abord alors moi en communication on a pu, on a l'habitude de dire que on est bien plus mis en avant quand c'est un partenaire qui parle de nous quand c'est nous tout simplement parce que là crédibilité du partenaire qu'on choisit typiquement quand on travaille une collectivité locale et c'est la collectivité locale qui fait la communication. Les gens en plus ce sont plus sensibles à cette communication quand c'est Orange qui va être directement communiqué sur ces ateliers, on pense qu'on va essayer de leur vendre quelque chose et ainsi de suite.

Donc il y a ce côté intéressant, ça nous permet aussi de déployer auprès du plus grand nombre parce que si on ne devait se baser que sur les ambassadeurs pour déployer, on pourrait pas faire autant de bénéficiaires qu'on pourrait le fait, donc ça permet de déployer sur un territoire grand. Et puis ça permet aussi de diversifier les populations, c'est à dire qu'en travaillant avec des partenaires qui travaillent dans la ruralité, travaille sur des types de population, dans des quartiers, des cibles, on couvre tout un spectre de de bénéficiaires qu'on n'aurait pas nous la possibilité de faire avec nos propres moyens et en plus, comme on s'associe avec des structures qui sont déjà à travailler avec ces populations-là, elles les connaissent. C'est plus facile pour elle d'aller les chercher, de les, de les, de les former, donc profitez, voilà, ils sont plus puissants que nous parce que ce des territoires sur lesquels ils travaillent régulièrement, des populations



qui connaissent bien et c'est plus facile pour eux de leur dire dans le programme de ce qu'on fait avec vous donc le quartier et on va intégrer des ateliers d'Orange, donc cela permet d'aller déployer plus rapidement, cibler des populations qu'on pourrait pas nous faire pour manque d'effectifs et d'avoir une vraie connaissance du territoire et des populations qui sont visées.

AL : OK, et pour toi, quelle est la durée idéale pour un partenariat ?

Quelle est la durée de maintenant utilisé pour les partenariats et qu'elle serait la durée idéale ?

PB : Il y a pour moi, il y a 2 manières de travailler.

Y a 2 types de partenariats. Y a ce que j'appelle moi le partenariat nouveau. On commence à travailler avec quelqu'un qu'on ne connaît pas.

Si je vais au travers d'échanges, moi j'aurais tendance à dire, on fait un partenaire de courte durée, on leur donne 6 mois pour faire leurs preuves entre guillemets, pour voir s'ils font et ainsi de suite.

Après, on fait le bilan de ce qui s'est passé et en fonction du retour et du déploiement du nombre de collaborateurs, du nombre de bénéficiaires ainsi de suite, on peut envisager de de, de prolonger la Convention.

Après, je pense qu'il faut pas dépasser un an tout simplement parce que l'évolution des ateliers fait qu'aujourd'hui, quand on fait une convention de partenariat, on a tendance à nommer les ateliers qu'on va déployer, par exemple, magicien, parentalité, et ainsi de suite. Et du coup, on se freine si on si on reste accroché à la convention, on se freine que ce qui a été décidé lorsque, entretemps, on peut sortir des ateliers qui pourraient intéresser, ou alors on fait des on fait des conventions plus génériques en donnant la possibilité à tout moment d'enrichir le déploiement avec les nouveaux ateliers qui sont bien en place.

Mais un an, je me semble bien parce que d'abord, si on fait du financement, il faut le faire sur le financement, c'est tout bête hein, mais on peut pas budgéter sur 2 ans. Surtout si on a un versement par an, on n'est pas capable de s'engager financièrement sur 2 ou 3 ans. On sait pas si dans l'année prochaine on aura les mêmes budgets pour déployer, donc on peut faire que des engagements sur un nom et puis ça permet je pense en faisant d'un an de faire un point tous les ans.

Ce qui s'est passé est-ce que dans les conventions, on met que y a pas de tacite reconduction mais que de toute façon les partenaires s'engagent à se rencontrer pour faire le point, le bilan et



avoir soit une reconduction, soit un arrêt pur et simple du partenariat, mais au moins on fait un bilan dans un an, ce qui permet amplement aux structures de te lister de mettre en place au bout d'un an, on voit si c'est bien fait, c'est bien fait, on repart sur une nouvelle convention et là on peut modifier cheval nombre d'ateliers sur le nombre de bénéficiaires, soit là typologie d'ateliers.

Alors ça nous permet d'avoir une souplesse et je pense que la durée d'un an, c'est la bonne durée.

AL : OK, et est-ce que tu trouves que Orange c'est un partenaire pertinent pour les associations ?

PB : Et oui, Ben oui.
D'abord parce que, au niveau des valeurs de notre marque aujourd'hui, je crois qu'on est, on commence à être reconnu comme étant une société qui est investie dans sa responsabilité sociale.

Il y a pas d'entreprise mais dans son engagement vis à vis de la société donc je pense que c'est bien et puis ; Deuxièmement je pense que c'est un gage pour l'association d'être accompagné par une structure professionnelle reconnue et ainsi de suite. Même si vrai, c'est vrai qu'on a plutôt une image de de société commerciale. On a quand même la possibilité d'expliquer nos engagements, on commence à communiquer, donc on est une espèce de garant de la qualité de la prestation que l'on va offrir à l'association parce que la qualité fait partie quand même de de l'ADN d'Orange même si aujourd'hui je veux dire ce qu'on veut, mais ça reste quand même. On est considéré comme le meilleur opérateur, donc on a tendance à dire que si on est le meilleur opérateur dans notre cœur de métier, on est aussi les meilleurs.
C'est très prétentieux que je dis, on est aussi les meilleurs sur la partie d'engagement volontariste pour accompagner cette population.
Donc oui, je pense que c'est un, c'est un bon nom.

Bref, oui, par rapport aux autres opérateurs, oui.

AL : Et qu'ils seraient les principaux avantages d'avoir des partenariats et les principales difficultés ?

PB : Leur départ terrain, elles participent à l'avantage.

C'est un peu ce que je disais, c'est vraiment rapide sur la structure, le déploiement sur le territoire.



L'inconvénient, Ben l'inconvénient, c'est de tomber sur les bons partenaires et toutes les difficultés parce que on est sur un marché émergent, si on peut parler du marché. Moi, je pense que des structures associatives sont généralement bien plus compliquées à travailler qu'une structure professionnelle. Parce qu'une structure associative travail sur le bénévolat, donc ils sont moins engagés dans l'organisation que naît un salarié dans une entreprise, donc ça peut être la difficulté. Et puis c'est quelquefois bien de penser qu'on a fait le bon choix parce qu'il en a eu des discussions et que le partenaire, et qu'en fait on s'aperçoit que bah non, ça se déploie pas une raison X ou y a toujours une bonne raison, mais là là c'est qu'on on arrive sur un marché qu'on connaît pas. On arrive sur une manière de travailler qu'on connaît pas et des structures qu'on connaît moins. Et donc c'est un peu le risque. On peut se planter dans le choix du partenaire.

AL : OK, et est-ce que ça t'es déjà arrivé de passer à travers un partenaire pour avoir un bénéfice pour Orange, pour faire une action, déployer une action d'Orange et pas utiliser le nom Orange directement ?

Je pense par exemple au « Good Connections » et tu disais que c'était mieux de passer à travers un partenaire que aller directement au nom d'Orange.

PB : Alors oui, tout à fait tout simplement parce que, en travaillant avec un partenaire pour organiser une opération au nom d'Orange, que l'on fait sur une occasion d'un événement Orange, il est clair que de s'associer à un partenariat, un partenaire local, qui connaît le territoire, qui connaît les référents, qui connaît les structures, c'est plus évident. Si tu reprends le « Good Connections », c'est typiquement ça. Si on a fait « Good Connections », c'est parce que j'ai mouillé la Ligue des Pays de Loire et que le directeur de la communication de la Ligue c'est mouillé pour me trouver des clubs, les associations, les contacts avec la mairie. Au faite, il a fait tout le travail de préqualification, ce que nous, on n'est pas capable de faire parce que on travaille sur des territoires très grands. Moi, je travaille sur 2 régions, je connais, j'ai pas tous les contacts sur les régions et en appuyant sur un contact local qui lui a tout son réseau, c'est surtout sur la thématique qui reprend « Good Connections » sur le football quand tu travailles avec la Ligue de la ligne de la région. Elle connaît tous les clubs de foot, elle connaît tous les présidents de clubs, elle connaît tous les



ans et donc c'est super avantageux.

Parce que quand il lui dit hop, on s'associe avec Orange, on fait un événement, j'ai besoin et pof.

On trouve les clubs qui vient, les gamins, tout ça. On aurait dû faire la même chose seul. Je suis pas sûr qu'on y soit arrivé. On y sera arrivé. Bah qu'on y arrive au niveau qu'on a été d'un quand même eu 250 gamins. Cette club, la mairie, le fait de passer par la mairie et la mairie de Nantes nous a demandé aucun autre partie financière pour la réservation du site. Ce qui m'a vraiment été passé en direct, la mairie m'a dit 7 ans, donc il y a plein d'atouts de passer par un un partenaire en plus sur ce type d'activité. On travaille beaucoup avec des partenaires locaux, c'est ça qui est important, donc ils ont un ancrage sur leur territoire ou leur vie, qui est bien ou leur région, qui est bien plus forte que nous.

AL : Oui, justement, comment tu penses que l'image d'Orange influence la décision d'établir ou pas en partenariat ?

PB : Ah oui, oui, oui. Oui, Ben oui. Typiquement, je pense que je suis pas sûr que SFR aurait proposé cette même chose. Là je suis pas sûr que SFR aurait eu le bout de de la Ligue, OK ? Donc ça fait ouais ça. Bien sûr, c'est influence influence, c'est ce que je te dis. C'est influence parce que on commence à avoir dans le grand public une image quand même d'une société qui est engagée pour la société. Beaucoup si on prend le marché des télécoms, les autres opérateurs sont considérés comme des opérateurs commerciaux.

Le but principal, c'est de l'argent, nous, tout le monde le sait qu'on est là pour gagner de l'argent. Ça fait partie de notre métier, c'est le cœur de métier.

Il faut faire entreprise, mais à côté de cette partie-là, on a tellement mis en avant notre engagement RSE, aujourd'hui, les, les clients ou les partenaires nous voient différemment, nous voient pas comme quelqu'un qui va dire, c'est de vendre des systèmes, mais comme quelqu'un qui va apporter des solutions à une problématique liée au Télécom. Ils ont compris qu'en fait, même si on est un gros opérateur, en tant que opérateur historique, on se doit encore d'accompagner les populations à l'utilisation et à l'usage des outils qu'on voit



même pas parce que c'est même pas nous qui les développons, mais des outils qui utilisent notre réseau.

Et ça oui, je pense que c'est important et alors y a y a 2 choses hein ? Y a le fait aussi que c'est des partenaires qui vont avec lesquels on travaille depuis des années, donc on a tissé une relation de confiance, donc c'est sûr que typiquement de connexion, j'ai donné un coup de téléphone à David Cadiou. Ça a pris 10 minutes ou alors on fait ça ce que t'es, GO ? Mais DOGO, c'est parti parce que on a un travail de longue haleine avec eux parce qu'on les connaît bien et ainsi de suite, et je pense que même en avoir des des associations qui nous connaissent pas, leur expliquant le principe, je pense qu'on aura plus de facilité que d'autres, alors à avoir leur accord parce qu'on a cette image, je te donnent un peu, on fait le monde business.

Mais aussi d'accompagnement de la société.

AL : OK donc normalement nous avons une image qui joué à faveur, est-ce que ça te déjà arrivé de être refusé comme partenaire ?

PB : Écoute, ça fait 15 ans que je suis là. Il n'a jamais jeté. On m'a demandé de revoir ma copie, c'est normal, c'est une discussion.

Alors je réfléchis, mais je ça m'aurait parlé parce que dans le thé. Bon alors c'est vrai que, non, ça m'est jamais arrivé, mais parce qu'on a tellement de sollicitations que je trie les sollicitations. Dire que on est fortement sollicité et donc c'est vrai que pour éviter de me confronter à un échec ou quoi que ce soit, je regarde les dossiers proposés. Je vois si c'est un match avec nos territoires de com, nos angles, et donc automatiquement si, à partir du moment où ta proposition de partenariat répond aux besoins de l'association, de la structure.

Je vois pas pourquoi il dirait non. En tout cas, ils disent pas non par rapport à l'image, au contraire, on a dans le grand public une image, alors c'est un peu le problème hein, c'est qu'on a ce qu'on appelle une image premium, c'est à dire qu'on est considéré cher parce qu'on est considéré comme un partenaire de qualité. Donc automatiquement, les gens savent que quand Orange s'associe à une structure, on leur apporté une image de marque de qualité parce qu'ils en train de dire Orange va pas se marier avec un petit association qui va merdouiller l'image donc y a ce côté déjà là où les gens savent



que on est carré.
Voilà qu'on est généralement, ça apporte garantie de vite.

AL : Et quelles sont les principales questions à se poser avant de signer un partenariat ?

PB : Alors ma principale question, c'est d'abord ce que je vais toucher. Ensuite, c'est quel message je vais pouvoir passer ? Dans quel territoire de communication je vais inscrire ce partenariat à peu près 3 grandes questions. Après, je regarde aussi la structure du partenaire. Voilà l'activité par exemple, si j'ai une structure associative et une structure professionnelle, je vais plutôt aller vers les professionnels parce que je sais que le suivi sera plus régulier, plus facile à travailler. Et puis après si en fonction du dossier de présentation qu'il m'envoie pas clairement, OK mais je j'essaye de pas mettre de frein. J'essaye de pas me dire, j'essaye de prendre de la hauteur et de pas mettre de pathos dans mon choix.

Ça veut dire que y a des choses ? Bah, comme toute personne hein, que j'aime où j'aime pas, mais j'essaye, mais j'en fais, je le mets de côté pour n'avoir que l'autre professionnel. J'essaie de pas mettre ma partie privée.

AL : Et quelle est le retour de personnes avec lesquelles tu as déjà fait partenariat, notamment pour l'inclusion numérique ou des ateliers ?

PB : Alors généralement, alors tout ce qui est inclusion numérique est super bien perçu par les partenaires.

D'ailleurs, c'est drôle parce que si on reprend le « Good Connectons » à la fin de l'événement, il y a plein de directeurs de bah, de, de présidents de clubs qui sont bons et qui me disent il faut venir nous voir, il faut faire ci, faut faire ça. J'espère, on n'est pas, on n'est pas trop intrusif quand on fait un partenariat, c'est à dire que quand on, quand on travaille avec une association structure surtout dans la partie RSE, on n'est pas là pour repeindre en Orange, c'est un peu d'expression que je fais. Alors on y met les touches, mais en fait, on, on le fait surtout par la preuve de la qualité de ce qu'on apporte et les ateliers qu'on donne.



Alors on explique bien, c'est la tablette de sensibilisation, bah pas former, on donne pas de solution on ouvre les chakras entre guillemets, on met en avant les risques, on donne pas de solution donc les gens sont pas trompés. Sur la marchande en plus, les prestations que l'on fait. Ils aiment aussi beaucoup les partenaires, c'est que ce sont des ambassadeurs salariés qui vient d'achever ange. Et ça, il trouve que c'est bien parce que ça permet de de rencontrer des professionnels dans le domaine d'Orange, ça donne aussi une crédibilité aux formateurs. C'est à dire que quand on est sur une salle, je pense à un atelier que moi j'ai que j'ai, comment dirais-je l'anime et qui était sur l'application de loisirs par exemple. On était plutôt sur une population, entre guillemets, assez âgée, et le fait qu'on est garant et qu'on dit Ben voilà, moi je bosse sur Orange automatiquement, même si pourtant quelque fois je connais rien en technique mais ta porte une garantie de Ah ouais bah lui il va s'y connaitre quoi donc il va pouvoir répondre à mes questions et ainsi de suite. Voilà pourquoi y a y a généralement une très bonne appétence. D'ailleurs, il y a souvent des demandes de renouvellement ou de report ou que ce soit

AL : Alors d'après toi, t'as déjà répondu un peu mais Pourquoi Orange fait des actions pour l'inclusion numérique ? Pourquoi s'engager à l'inclusion numérique ?

PB : Ben je pense qu'il y a 2 raisons. Je pense qu'il y a de la première raison, c'est que on est un peu Ben. On est l'opérateur historique, moi C'est alors, c'est ma manière de voir les choses. Ouais c'est perso moi je considère que en tant qu'opérateur, d'abord dominant sur le territoire, le marché français en tant qu'opérateur historique et par rapport à toute l'histoire du groupe, on se doit d'accompagner la population qui utilise nos réseaux. Moi, j'ai une déontologie dans mon métier, j'essaye d'apporter. Que comment dire ? J'essaie d'apporter des réponses à des, à, des, à des problématiques que moi j'apporte par rapport à mon entreprise. Je, je m'explique mal, mais je j'arrive, je structure mon mon truc. Je considère qu'un opérateur fort comme Orange qu'une image Marque fort se doit non seulement d'être un opérateur commercial, mais doit avoir aussi une application sur le territoire. Il y a 2 raisons pour ça. D'abord, tout simplement parce qu'on est forcément appliqué sur le territoire en termes de



nombre de salariés, en termes de collaborateurs. En Bretagne par exemple, quand tu parles à quelqu'un, il a toujours quelqu'un soit un copain, soit de la famille, travaille, chez Orange. Donc, déjà, on est impliqué dans la société puisque nos salariés vivent sur le territoire. Je pense que ça fait partie de de la responsabilité d'être proche de ses clients et de ne pas être proche de ses clients que par le côté business, mais par le côté accompagnement et je pense que si on fait ça, on a une meilleure crédibilité. C'est quand un client va changer d'opérateur, il va se dire Bah je vais aller chez Orange parce que Orange, en plus de ça, il m'accompagne quand ils font des ateliers, même si on a un appel business, on va dire, on va, même si c'est faux. Mais dans la tête du client va dire ouais, mais eux, ils ont une démarche aussi télé quand même plus importante donc ils sont peut-être un peu moins voleurs entre guillemets, avec les tu vois donc je pense que ça c'est un un atout fort pour pour nous beaucoup plus. Et ouais, je pense que c'est la raison, on se doit de de. Et puis je te dis notre présence et puis le fait que Ben on est l'opérateur dominant et on nous attend au tournant. Au delà du business mais aujourd'hui, il faut débarquer hein, c'est plus de business qui fait l'affaire.

Quand les 4 opérateurs en France on va pas se bagarrer sur les tout le temps de toute façon on aura jamais se battre sur les prix, on sera toujours plus cher parce qu'on a une structure qui est plus importante. On est plus nombreux ainsi de suite, donc faut qu'on arrive, faut qu'on arrive à être différenciant par rapport aux autres. Aujourd'hui, le côté différenciant qu'on amène, c'est que certes, on a un opérateur mais on est engagé dans la société, dans la vie et ça, je pense que c'est important.

AL : D'accord et pour finir, tout voudrais ajouter une autre chose qui te vient à l'esprit ?

PB : Je dis non. Bah je pense que on pourrait peut-être aller plus loin dans la démarche. Alors je sais pas comment je sais pas ou je sais pas quoi, mais je trouve que alors aller plus loin mais je trouve aussi qu'on devrait plus communiquer hein je parle pas au niveau d'Orange contestable mais je pense que le groupe LE comédie de pas suffisamment soudainement on on a toujours été alors ça a changé depuis quelques temps mais on a toujours été un peu timoré sur des engagements, c'est à dire que on est super content de faire des choses dans le numérique. On est super content d'accompagner les populations, on le fait pas rentrer le savoir dans dans la



colonie dans lequel on le fait, on le fait savoir, on le fait pas savoir à grande dimension. Tu me fais plutôt de la communication touche par touche, on n'a jamais fait une énorme compte de presse, on dort pas là en Bretagne, dans l'année 2022, on a fait tant d'ateliers, on a touché tant de bénéficiaires, on a fait tant d'actions ne fait pas de gros bidons qui permettrait de dire aux quand les gens vont le dire. Ah ouais quand même tout ça. Donc si tu veux on manque un peu d'ampleur dans la communication et après bah le le déploiement.

Ouais, je pense qu'on on pourrait peut-être on espagnol, je sais pas comment, mais aller plus loin, j'en sais rien, mais y a tellement besoin dans le voit tout autour de nous, dans nos familles. Ainsi, sur la un peu là déshérence des certaines personnes devant le numérique, on devrait peut-être aller sur des formations peut-être un peu plus longues sur des choses un peu plus pointues. On pourrait commencer à aborder, au-delà de la sensibilisation, quelques actions de formation basique parce que je pense que y a des gens quand ils sortent de l'atelier, ils sont un peu frustrés, on les a dit, ouais attention, il y a ça ; Attention hein faites ci faites ça, mais il y a peu de peu de réponses.

Le seul atelier que j'ai vu, il y avait des réponses, et c'est marrant parce que questionnement était là.

Moi, j'ai fait un atelier sur la protection des données, la gestion des mots de passe à dire dans la dans la protection, donné quelques idées pour faire un bon mot de passe, il faut faire ci, faut faire ça et je m'aperçois que profiter tout ce que retiennent les gens à la fin, c'est quel mot de passe il faut faire.

Et puis il pose plein de questions et tout de suite parce qu'on est déjà sur un début de solution, je dis pas que ça va couvrir tout bien je pense. Certains ateliers, on pourrait aller un petit peu plus loin que de la sensibilisation et de donner un premier élément, les premières clés.

Vous allez trop loin mais des premières clés pour que la personne se débloquent. J'étais sensibilisée, j'ai quelques billes pour savoir comment faire, mais voilà, il faudra aller plus loin, mais au moins, je serai avec quelques trucs.

Après, ça dépend beaucoup aussi du niveau des personnes qui sont dans l'assistance, Hein, t'as les gens qui captent et qui savent faire, mais ils ont besoin d'un peu plus d'accompagnement.

Puis je pense qu'on pourrait peut-être faire aussi des bilans à chaud, des dire que alors ça peut être évolué.



Bien je sais pas si ça se fait. Mais quand on fait nos ateliers, quand on a terminé, on dit OK, super bon au revoir, merci et bien moi je trouve qu'il serait intéressant de faire remplir un survey alors petit hein pendant plus pour avoir le ressenti des bénéficiaires même si nous le disent. Ah, c'était génial et convenir, mais on a rien de factuel, un petit truc de 2 questions, avez-vous aimé ?

Qu'est-ce que vous avez préféré ? Qu'est-ce que vous avez pas aimé ? Tu vois du style un truc comme ça pour avoir un peu l'idée et écouter les gens qui en ont, même si je sais qu'on fait pas nous-mêmes les opérations, qu'on fait travailler par quelqu'un d'autre. Mais je trouve que c'est bien d'avoir un retour, alors on a généralement des retours des organisateurs, mais c'est sérieux. Des formateurs qui disent mais ce il y a toujours le prisme personnel et je trouve qu'on fait pas suffisant.

On interroge pas suffisamment de bénéficiaires sur ce qu'ils ont pensé de la et de manière tracée quoi.

En échange ça se fait, les gens se lèvent, te remercie. Ils sont assez génial, merci beaucoup ma chambre, ça c'est vachement chouette de la reconnaissance personnelle pour avoir fait l'ambassadeur, mais d'avoir Ben écoutez, prenez 3 minutes on vous posé la question ou même à la rigueur à main levée, ce que vous avez aimé, ce que je sais pas, y a un méthode, mais écoutez avoir un faire un petit retour très soft, un bidon, des gens qui sont autour de la table parce que maintenant je enfin un séjour là comment on fait la mesure d'impact sur les ateliers et moi je le sais pas encore mais le nombre de Bénéficiaires qu'on fait passer, qu'est-ce que ça a réellement impacté sur ces personnes-là ? J'en sais rien, alors on n'a pas le temps. Ce qu'il faut si vous voulez réellement faire le travail, vachement bien on devrait faire les formations, laisser passer un mois, recontacter les bénéficiaires, leur demander si ils ont mis en application ce qu'on leur a dit.

S'ils ont fait des choses mais gérables, c'est une usine à gaz à mettre en place, mais c'est comme ça qu'on ferait avancer le système. Mais déjà, en ayant un premier bilan, enfin d'opération. Qu'est-ce que vous avez aimé, ce que vous avez aimé, ce que vous auriez aimé ? 3 questions ouvertes avec peut-être quelque chose, mais je ne sais rien, mais y a un truc qui permettrait en quelques minutes d'avoir un retour. Et puis de dire, Ah bah tiens tu vois cet atelier là, on s'aperçoit que plusieurs fois les gens nous



demandent si manquait ça, tu vois on et moi je alors même si le travail a été fait en avant que là je pense pas qu'on l'a créé tout seul. Mais c'est bien d'avoir un retour de son bénéficiaire. Ça que je je pense qu'on pourrait être surpris de ce qu'on va revenir. Oui, et en fonction de la tranche d'âge encore plus tu vois, mais si voilà, c'est, on l'a toujours à chaud, les gens le font à chaud, mais pas de manière formatée. C'est sérieux, il va garder un registre.



Tableau d'analyse de presse

Intitulé de l'article	Région	Date	Journal	Tonalité	Synthèse	Partenaire	Type d'atelier	Cible	Verbatims	Atelier Gratuit	Fait par des salariés d'Orange
AGENDA. Apprendre à maîtriser le numérique	Bretagne	16/02/2024	Terra	Neutre	Invitation à s'inscrire et renseigner sur les ateliers numériques	Res'agri Brest et la Chambre d'agriculture	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Vous utilisez le numérique tous les jours. Mais votre pratique et vos usages sont-ils optimisés et sans risques ? Res'agri Brest et la Chambre d'agriculture ont développé un partenariat avec Orange pour vous proposer une série d'ateliers"	0	0



RES'AGRI BREST. "Communiquer , c'est dans notre ADN"	Bretagne	15/03/2024	Terra	Neutre	Communication autour des actualités de printemps de Res'agri Brest, dont partenariat avec Orange pour réaliser des ateliers numériques	Res'agri Brest et la Chambre d'agriculture	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Ce printemps, en partenariat avec Orange, Res'agri a proposé quatre ateliers numériques, autour de la protection des données, l'utilisation du smart-phone, les réseaux sociaux et les démarches en ligne".	0	0
Noyal-sur-Vilaine. Atelier numérique à la médiathèque	Bretagne	04/05/2024	Ouest France	Neutre	Orange réalise des ateliers numériques pour sensibiliser les jeunes aux bons usages du numérique. La médiathèque de Noyal-sur-Vilaine, a contacté Orange pour proposer ses ateliers lors d'une	Médiathèque de Noyal-sur-Vilaine	Magiciens du numérique	Jeunes	"Nous organisons régulièrement, lors des vacances scolaires, une activité pour les 8-13 ans, afin de les sensibiliser au numérique, à ses possibilités mais aussi ses dangers. J'ai donc pris contact avec Orange"	0	1



					semaine des vacances scolaires proposé aux enfants					"La société propose, dans le cadre de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE), une sensibilisation des jeunes à l'utilisation d'internet et des réseaux"	
Près d'Angers : des ateliers pour aider à être plus à l'aise avec les outils numériques	Pays de la Loire	10/01/2024	Ouest France	Positive	Le CCAS signe un partenariat pour faire un cycle de 4 ateliers numériques, à destination des seniors principalement	Le CCAS (Centre communal d'action sociale) de Sainte-Gemmes-sur-Loire	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	Céline Edmond, référente sociale du CCAS	1	1
									constate que "une personne sur deux de plus de 60 ans ne savait pas utiliser l'application "TousAntiCovid" par exemple"		
									"14 places ont été réservées promptement et on a déjà l'idée de renouveler"		



"Les ateliers sont animés par des salariés d'Orange, ambassadeurs volontaires"

"Dans les ateliers on apprendra ce qu'est le phishing, l'examen des mails frauduleux, comment construire les mots de passe (...) on donnera des clés de vigilance pour savoir qui est potentiellement une arnaque"

Un atelier pour mieux utiliser sont smartphone	Pays de la Loire	26/01/2024	Ouest France	Positive	Retour positif d'un premier atelier a eu lieu avec le CCAS	Le Centre communal d'action sociale) de Sainte-	CCAS	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Le nombre de personnes intéressées par ces ateliers permet au CCAS d'envisager de recondire cette action"	0	1
---	------------------	------------	--------------	----------	--	---	------	---------------------	--------------	--	---	---



								Gemmes-sur-Loire				"être abonnée chez Orange n'est pas une obligation, le but de l'opérateur est de rendre le numérique accessible"		
Sarthe. Des ateliers gratuits pour les seniors face à la fracture numérique	Pays de la Loire	06/03/2024	Actu.fr	Positive	Fruit d'un partenariat entre Orange et l'ANR 72, des retraités de la Sarthe vont bénéficier d'ateliers dont l'objectif est de lutter contre la fracture numérique chez le seniors	ANR 72 (Association Nationale des Retraités)	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Le président de l'ANR 72 estime que ces ateliers permettront de faciliter la vie des retraités et de maintenir une autonomie, à l'heure où les démarches administratives sont de plus en plus dématérialisés"	1	1			



"(...)ateliers
gratuits, animés
par des salariés de
l'entreprise, afin de
permettre aux
retraités d'être plus
autonomes dans
utilisation des
outils numériques.
Des ateliers
gratuits pour
pallier la fracture
numérique"

Alexandre Cros :
"On a une
responsabilité
quant aux usages
du numérique : ces
ateliers sont là
pour aider un
public de personnes
qui peuvent parfois
se sentir dépassées
et les aide à
appréhender ces
usages. On met
l'expertise des



												salariés pour ces ateliers."		
												"L'inclusion numérique c'est tous les jours. Et la fracture numérique on y est très sensible" - Pierre Pluchon, président de l'ANR72		
Des ateliers pour former les seniors aux outils numériques	Pays de la Loire	10/03/2024	Le Maine Libre	Positive	L'ANR	72	ANR (Association Nationale des Retraités)	72	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"C'est la première fois que ses activités sont menées en Sarthe"	1	1	
											"Déjà soixante adhérents sont instruits, sur 650 que compte l'association en Sarthe"			
											"Pierre Pluchon, son président, nous explique que la sensibilisation numérique rentre dans nos missions. (...) Ce partenariat rentre dans ce			



cadre, poursuit le président"

Près du Havre. Des ateliers gratuits pour lutter contre la fracture numérique à Montivilliers	Normandie	13/02/2024	Paris Normandie	Neutre	Des ateliers pour lutter contre la fracture numérique, initiative menée par Orange, le CCAS et la Ville de Montivilliers	CCAS et la Ville de Montivilliers	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de l'action de la Ville en faveur de la lutte contre la fracture numérique" Declare Jérôme Dubost, maire de Montivilliers dans un communiqué "Ces ateliers gratuits sont organisés dès le jeudi 22 février, une fois par mois, au sein du centre social Jean-Moulin. La participation aux	1	1
--	-----------	------------	-----------------	--------	--	-----------------------------------	---------------------	--------------	---	---	---



quatre ateliers est obligatoire"

"Des animateurs d'Orange initieront les Montivillons volontaires à l'usage des nouvelles technologies"

Montivilliers. Des ateliers proposés pour se familiariser avec le numérique	Normandie	27/02/2024	Le Courrier Cauchois	Neutre	Les participants à un premier atelier numérique ont appris à se servir un peu mieux de leur smarthphone. Ils ont pris des notes et utilisé concrètement leurs téléphones	Ville de Montivilliers	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Ces ateliers sont animés par des salariés Orange et n'ont pas aucun but commercial"	1	1
									"Marc Mouche, délégué régional Orange Normandie, et Jérôme Dubost, maire de Montivilliers, ont signé une convention de		



partenariat pour
proposer des
ateliers numériques
aux Montivillons"

Épouville. Le club de foot a organisé un stage multi-activités pendant une semaine	Normandie	12/03/2024	Le Courrier Cauchois	Neutre	Le club de football d'Epouville a organisé un stage multi-activités, dont Orange a propose un escape game pour sensibiliser les enfants aux bons usage du numérique	l'US Epouville	Magiciens du numérique	Jeunes	"Les Magiciens du numérique, en partenariat avec Orange, sont également venus proposer un jeu sous la forme d'un escape game afin de sensibiliser les enfants aux bons usages et aux dangers du numérique"	0	0
Des élèves sensibilisés à Internet	Centre-Val de Loire	27/02/2024	La Nouvelle République	Positive	L'école-collège Jeanne-d'Arc de Tours avec Orange, ont proposé le jeu	L'école-collège Jeanne-d'Arc de Tours	Magiciens du numérique	Jeunes - Parents	"Avec le soutien d'Orange, les élèves ont activé leurs neurones pour résoudre les	0	1



Magiciens du Numérique, les parents aussi ont été sensibilisés aux risques et les moyens de s'en protéger

énigmes proposées"

"L'objectif final était de sensibiliser les enfants à leur "e-réputation", à la protection de leur vie privée, de leurs données personnelles et de leur santé"

Un atelier pour manier son smartphone	Centre-Val de Loire	12/04/2024	La Nouvelle République	Positive	Cycle d'ateliers pour les adhérents de l'association Cles. Un premier atelier a été fait et les participants, ainsi que l'association sont satisfaits	Association Cles (Coordination des liens, des entraides et des services)	Cycle de 4 ateliers	Grand Public	"Cette première rencontre se concentrait sur les généralités et a satisfait tous les participants. Ils reviendront aux prochaines séances ouvertes"	0	1
--	---------------------	------------	------------------------	----------	---	--	---------------------	--------------	---	---	---



« La première fois que ça m'est arrivé, j'ai passé une journée horrible » : des ateliers pour éviter les cyberattaques dans le Loiret	Centre-Val de Loire	11/06/2024	La République du Centre	Positive	Les adhérents ont participé à un atelier sur les cyberattaques	Association des retraités du Loiret	Eviter les arnaques en ligne	Grand Public	"Et si on vous aidait à éviter les pièges sur Internet, à prendre ne main votre smartphone, à surfer les réseaux sociaux? Des ateliers numériques gratuits sont organisés par Orange, en collaboration avec les associations et collectivités.	1	1
--	---------------------	------------	-------------------------	----------	--	-------------------------------------	------------------------------	--------------	--	---	---



Articles de Presse

Bretagne

AGENDA. Apprendre à maîtriser le numérique Terra 16/02/2024

AGENDA. Apprendre à maîtriser le numérique

?BREST

Vous utilisez le numérique tous les jours. Mais votre pratique et vos usages sont-ils optimisés et sans risques ? Res'agri Brest et la Chambre d'agriculture ont développé un partenariat avec Orange pour vous proposer une série d'ateliers. Après la protection des données personnelles en janvier, le prochain rendez-vous est fixé au jeudi 22 février, de 14 h à 15 h 30, pour apprivoiser les bonnes pratiques pour s'en sortir avec les démarches en ligne et rester maître du jeu. Le mardi 27 février, de 14 h

à 15 h 30, vous prendrez en main votre smartphone pour gagner en autonomie et tirer parti de toutes les fonctionnalités offertes. Et le mardi 19 mars, il sera question des réseaux sociaux : savoir à quoi ils servent et comment ils fonctionnent, identifier les plus influents et adopter les bons réflexes. Renseignements complémentaires et inscription auprès du secrétariat de Res'agri Brest, au 02 98 41 33 00



Parmi les formations au numérique, Res'agri Brest propose d'apprendre à tirer parti de toutes les fonctionnalités de son smartphone. guteksk7 - stock.adobe.com

RES'AGRI BREST. « Communiquer, c'est dans notre ADN »

•*Chantal Pape*

Festival Agri Deiz, découverte des métiers verts, journée Tous à la ferme, fêtes maritimes, Agrifête... : cette année encore, Res'agri Brest va profiter de toutes les occasions qui lui sont offertes pour communiquer tous azimuts.



Lors du festival Agri Deiz, fin mars, Res'agri se chargera, entre autres, de l'accueil des scolaires, le vendredi.



Franck Jacolot, président de Res'agri Brest

« Nous comptons 312 exploitations adhérentes, du Conquet à

Plouguerneau et Hanvec, réparties sur 5 communautés de communes », rappelle Franck Jacolot, le président de Res'agri Brest.

L'assemblée générale, le 29 février dernier à Plouédern, a d'abord permis de faire le point sur le fonctionnement des différents groupes qui composent l'association. « En 6 ans, les 12 agriculteurs du groupe Dephy sont parvenus à réduire d'un tiers l'IFT, l'indice de fréquence de traitements herbicides du maïs et de 40 % en orge, de 70 % en ce qui concerne les fongicides », détaille Hubert Madec. Ils apposeront bientôt des panneaux en bout de champ, indiquant « ici, moins de louzous, plus de buzucs ».

Disposer de références Regroupant une douzaine d'éleveurs, le groupe lait se réunit 4 fois par an, et a planché, l'an dernier, sur la charge de travail, les plantes bio-indicatrices, le coût de l'alimentation... Les 14 élevages du groupe bovins viande ont approfondi la gestion des stocks et le pâturage. De leur côté, au sein du groupe Coleg, 14 producteurs de légumes de plein champ, conventionnels, bio ou HVE, haute valeur environnementale, travaillent ensemble sur les couverts végétaux, sur lesquels on dispose de peu de références, tant les situations sont diverses.

Porté par la chambre d'agriculture et Air Breizh, et composé de 21 agriculteurs, 2 ETA et 7 Cuma, le

groupe Abaa cherche à réduire les émissions d'ammoniac, responsables des pollutions aux particules fines. « Il a débouché sur l'application AgriVisioN'air, pour estimer les pertes à l'épandage », explique Ludovic Madec. « Il va maintenant diffuser les meilleures techniques, sensibiliser et former les agriculteurs ».

Une idée à mettre en pratique « Les groupes sont ouverts à tous », rappelle l'élu qui cite, notamment le groupe porc, en émergence, et qui cherche à s'étoffer. « On peut aussi en créer de nouveaux, en fonction des souhaits de chacun ». Et de lancer un appel à tous les adhérents. « Même si on croit qu'on n'a pas le temps, c'est intéressant de participer aux réunions : on revient toujours avec une idée à mettre en pratique sur son exploitation ».

Ce printemps, en partenariat avec Orange, Res'agri a proposé quatre ateliers numériques, autour de la protection des données, l'utilisation du smart-phone, les réseaux sociaux et les démarches en ligne. Un beau dimanche à Guipavas « La communication fait partie de l'ADN de Res'agri Brest », enchaîne Rozenn Cueff, en revenant sur la journée Tous à la ferme. Menée en partenariat avec l'association Agriculteurs de Bretagne, elle a accueilli plus de 2 000 personnes à Guipavas, sur un événement mêlant la porte ouverte d'une exploitation laitière, le comice



des éleveurs de l'Elorn à la Penfeld et la visite de la cactuseraie de Creisméas. « **Cette opération sera renouvelée en 2024, du côté de Dirinon** » .

Mais avant cela, Res'agri Brest aura participé au festival Agri Deiz, qui se tiendra pour la première fois au parc des expos de Penfeld, à Brest, du 29 au 31 mars. « **Nous participerons à l'accueil des scolaires, le vendredi** » .

Informers les collégiens
Fin mars, se déroulera aussi l'opération Découverte des métiers verts, qui permettra de montrer aux collégiens de Lannilis, Plabennec et Saint Renan ce qu'est le métier d'agriculteur, ainsi que tous ceux qui gravitent autour de l'exploitation. « **Nous espérons ainsi créer des vocations chez les jeunes** » .

Puis ce sera au tour des fêtes maritimes, à la mi-juillet. « **Le mercredi 17 juillet, avec Agriculteurs de Bretagne et la chambre d'agriculture, nous mettrons en avant le lien entre terre et mer, avec une chaîne humaine pour apporter des provisions de bord sur les bateaux** » . Et l'été se clôturera avec l'Agrifête, les 24 et 25 août à Lannilis. « **Nous y tiendrons un stand pour faire connaître notre réseau** » .

Lutter contre les incivilités
Pour communiquer avec le grand public, Res'agri, en partenariat avec le pays d'Iroise, a aussi pour projet d'implanter des panneaux au bord des champs. « **On se rend compte que des incivilités mettent nos**

exploitations en difficulté. Pour favoriser la cohabitation sur les espaces agricoles, nous allons élaborer quelques messages sur le lien entre alimentation et agriculture, paysages et agriculture... » .

En interne, Res'agri a rencontré, en juillet dernier, une trentaine de porteurs de projets et jeunes installés, pour échanger avec eux sur leurs attentes, au cours d'une soirée conviviale. « **Un rendez-vous à renouveler** » , affirme Res'agri qui travaille avec une nouvelle animatrice, Flore Blondeau-Calvez, qui a pris ses fonctions début novembre. Un nouveau rendez-vous Innov'action a aussi été programmé. « **Il aura lieu en juin prochain, à Bourg-Blanc, autour de la délégation de la totalité des travaux à une ETA** » .

L'association diffuse aussi 11 Flash infos par an, et dispose d'une page Facebook. « **C'est un travail d'équipe** » , apprécie Franck Jacolot, qui peut compter sur la quinzaine de membres du conseil d'administration pour l'épauler. ■

Samedi 04 mai 2024 05:03



Noyal-sur-Vilaine. Atelier numérique à la médiathèque



Huit enfants ont participé à l'atelier numérique proposé par la médiathèque et animé par une entreprise de télécommunication. © Ouest-France

La médiathèque accueillait mardi, un atelier numérique pour jeunes. Marianne Antoine, médiathécaire, a sollicité l'entreprise Orange pour l'animer : « **Nous organisons régulièrement, lors des vacances scolaires, une activité pour les 8-13 ans, afin de les sensibiliser au numérique, à ses possibilités mais aussi ses dangers. J'ai donc pris contact avec Orange,** » explique-t-elle. La société propose, dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), une sensibilisation des jeunes à l'utilisation d'internet et des réseaux. Hélène Lacorde, qui anime l'atelier, est en charge du programme inclusif mis en place nommé Orange digital center. « **C'est un dispositif à destination des préadolescents, pour les informer des bons usages en pratique sur la toile. Nous sommes amenés à intervenir dans les collèges. Nous les sensibilisons de manière ludique puisque l'atelier prend la forme d'un escape game sur tablette. Le jeu aborde l'importance des mots de passe, la limitation du volume sonore, les fake news et le cyberharcèlement. Il a été développé avec une association e-Enfance, qui est aussi à l'origine du numéro vert 30 18 pour les enfants victimes de harcèlement.** »



Pays de la Loire



Près d'Angers : des ateliers pour aider à être plus à l'aise avec les outils numériques
Ouest France 10/01/2024

Près d'Angers : des ateliers pour aider à être plus à l'aise avec les outils numériques

Le CCAS (centre communal d'action sociale) de Sainte-Gemmes-sur-Loire (Maine-et-Loire), a signé un partenariat, mercredi 9 janvier, avec l'opérateur Orange pour la mise en place d'ateliers numériques collectifs et gratuits.

Éric Maes, responsable des ateliers numériques chez Orange, explique : « **17 % des citoyens, et particulièrement les seniors, sont éloignés du numérique et peinent à l'utiliser. Le but d'ateliers numériques est de les aider à maîtriser et à comprendre le monde qui nous entoure.** »

Céline Edmond, référente sociale du CCAS (centre communal d'action sociale) de Sainte-Gemmes-sur-Loire (Maine-et-Loire), précise qu'il s'agit d'aider les personnes à utiliser les outils numériques par le biais d'un parcours de quatre ateliers articulés autour du smartphone et de sa prise en main. Elle a constaté qu'« **une personne sur deux de plus de 60 ans ne savait pas utiliser l'application « TousAntiCovid » par exemple** ». L'engouement pour ce parcours numérique est réel. « **14 places ont été réservées promptement et on a déjà l'idée de le renouveler.** »

Jérôme Delalande, directeur des relations locales avec les collectivités chez Orange, rapporte qu'il s'agit d'un programme national, démarré en 2020, stoppé par le Covid, et repris en 2021. « **Quatre parcours semblables sont en cours dans le Maine-et-Loire.** »

Grande vigilance

Éric Maes fait le parallèle entre le monde réel et le monde du digital. « **Dans les deux cas, il y a les gendarmes et les voleurs !** » Il est favorable à l'utilisation des réseaux sociaux qui exigent malgré tout une grande vigilance. « **Les seniors sont souvent la cible de la malveillance.** » Dans les ateliers, on apprendra ce qu'est le phishing, l'examen des mails frauduleux, comment construire les mots de passe. On fera une mise à jour des connaissances et on donnera des clés de vigilance pour savoir ce qui est potentiellement une arnaque.

Jérôme Delalande déplore le fléau de l'illégalité. Sébastien Robert, adjoint au maire, témoigne : « **On peut tomber dessus, sans forcément fréquenter de mauvais sites !** »

Pourquoi Orange n'arrête pas cette malveillance à la source ? Pour Éric Maes, « **la neutralité du Net empêche de toucher à ce qui se transporte sur le Net. Seul, un juge peut demander des interventions** ». Néanmoins, 80 % des attaques sont déjà éliminées par Orange Cyberdéfense.

Les ateliers sont animés par des salariés d'Orange, ambassadeurs volontaires. Jérôme Delalande animera le premier atelier jeudi 25 janvier, à 14 h, dans la salle de réunion de l'Art-Image, chemin de Parthenay.

Renseignements au CCAS au 02 41 66 75 52, ou ccas@sainte-gemmes-sur-loire.fr

Pendant la signature du partenariat : de gauche à droite, Céline Edmond, Jérôme Delalande, Sébastien Robert, et, au second plan, Éric Maes.

Ouest-France ■



Un atelier pour mieux utiliser son smartphone Ouest France 26/01/2024

Un atelier pour mieux utiliser son smartphone

Le partenariat signé mardi 9 janvier entre le centre communal d'action sociale (CCAS) et l'opérateur Orange s'est concrétisé, jeudi, dans la salle Art-Image, par un premier atelier réunissant treize personnes. Au programme : découvrir le smartphone, éviter piratage et fraude ou encore s'initier aux réseaux sociaux...

Trois autres ateliers suivront pour ces mêmes participants afin de découvrir les SMS, les courriels, les appels wi-fi, télécharger des applications, économiser les batteries, protéger son téléphone, etc.

Lors de ce premier atelier, un

participant est venu apprendre à envoyer une photo, une autre, regrette son ancien téléphone à clapet, car on lui a offert un smartphone et elle se sent dépassée ! « Beaucoup sont débutants avec leurs smartphones », souligne Hélène Echasserieau, animatrice avec Anthony Robin. Tous les deux sont des bénévoles d'Orange. Mais Hélène précise « être abonné chez Orange n'est pas une obligation, le but de l'opérateur est de rendre le numérique accessible ». Le nombre de demandes de personnes intéressées par ces ateliers permet au CCAS d'envisager de reconduire cette action.

Renseignements : CCAS par tél au 02 41 66 75 52, ou ccas@sainte-gemmes-sur-loire.fr



Treize participants manipulent leurs smartphones pendant ce premier atelier numérique animé par Hélène Echasserieau et Anthony Robin.



Sarthe. Des ateliers gratuits pour les seniors face à la fracture numérique Actu.fr

06/03/2024

Sarthe. Des ateliers gratuits pour les seniors face à la fracture numérique

Fruit d'un partenariat entre **Orange** et l'ANR 72, des retraités de la Sarthe vont bénéficier d'ateliers dont l'objectif est de lutter contre la fracture numérique chez les seniors.

Orange et Pierre Pluchon (pour l'ANR72) s'associent pour proposer des ateliers numériques gratuits pour les seniors en Sarthe." width="960" height="640" id="389b874a">

Alexandre Cros (pour **Orange**) et Pierre Pluchon (pour l'ANR72) s'associent pour proposer des ateliers numériques gratuits pour les seniors en Sarthe. ©Frédéric JOUVET/Actu Le Mans

Par

Frédéric Juvet Publié le 6 Mar 24 à 17:03

Orange a noué un partenariat avec la fédération sarthoise de l'Association Nationale des Retraités (ANR 72) pour mettre en place une initiative visant à lutter contre la **fracture numérique** chez les seniors.

Elle prend la forme d'**ateliers gratuits**, animés par des salariés de l'entreprise, afin de permettre aux retraités d'être plus autonomes dans l'utilisation des outils numériques. Des ateliers gratuits pour pallier la fracture numérique

Ce partenariat permet de mobiliser des ambassadeurs d'**Orange** formés afin d'animer ces ateliers numériques.

Selon une étude publiée par l'Insee en juin 2023, 15% de la population en France était en situation d'**illectronisme** en 2021. Les plus âgés sont les premiers touchés par des difficultés ou l'impossibilité d'utiliser des outils numériques : plus d'**une personne de 60 ans ou plus sur trois** est concernée, selon l'Insee.

On a une responsabilité quant aux usages du numérique : ces ateliers sont là pour aider un public de personnes qui peuvent parfois se sentir dépassées et les aide à appréhender ces usages.

« On met l'expertise et l'engagement des salariés pour ces ateliers », souligne Alexandre Cros, directeur des relations avec les collectivités locales de la Sarthe et de la Mayenne.

Ce sont des **volontaires** de l'entreprise, à tous les niveaux, qui animent gratuitement les ateliers. Sur la zone du grand ouest, leur nombre s'élève à 500.

Un cycle d'ateliers pour voir les bases

Un cycle de 4 ateliers (1h30 chacun) est mis en place afin de mettre l'accent sur les fondamentaux. Prise en main de son smartphone, protection des données personnelles, atelier sur les arnaques en ligne et par téléphone et découverte de l'utilisation des réseaux sociaux.

Vidéos : en ce moment sur Actu

« Ce sont des contenus pour la base de l'**inclusion numérique** », expose Eric Maes, responsable inclusion atelier numérique grand Ouest chez **Orange**. « L'idée est d'avoir une progression pédagogique pour acculturer sur les concepts. »

Dans la zone du grand Ouest, **160 ateliers** ont été menés dont une quarantaine dans les Pays de la Loire, en 2023.

« Ça lève beaucoup d'appréhension »



« L'inclusion, c'est tous les jours. Et la fracture numérique, on y est très sensible », appuie Pierre Pluchon. Le président de l'ANR 72 estime que ces ateliers permettront de **faciliter la vie** des retraités et de maintenir une **autonomie**, à l'heure où les démarches administratives sont de plus en plus dématérialisées.

Ça lève beaucoup d'appréhension et d'anxiété. On prône le plus possible l'autonomie.

« Beaucoup de retraités qui détiennent un équipement n'en tirent pas le meilleur parti et ignorent quelques **précautions** d'usage », observe-t-il. « Les ateliers vont leur permettre de mieux appréhender les fonctionnalités de leur smartphone et par là, faciliter leur bonne utilisation. » C'est à l'ANR 72 qu'il faut s'adresser pour y participer (et pas besoin d'être client chez **Orange**).

« Quand on a besoin de quelque chose, on est un peu coincé »

Gérard, 77 ans, va participer au premier cycle de ces ateliers pour accroître ses connaissances sur l'utilisation de son téléphone.

« Je l'utilise pour téléphoner, c'est déjà pas mal mais j'avais envie d'approfondir un peu », explique l'habitant de Parigné-l'Évêque.

Quand on a besoin de chercher quelque chose, une information, on est un peu coincé. Je suis obligé de demander à mes petites-filles.

Une douzaine de personnes est inscrite sur les ateliers. Et la demande est bien là, comme le constate Josette Champiaux, vice-présidente sur le volet de l'action sociale de l'ANR 72. « On a une **cinquantaine de demandes** sous le coude pour essayer de planifier d'autres ateliers. »

Suivez toute l'actualité de vos villes et médias favoris en vous inscrivant à Mon Actu.



Des ateliers pour former les seniors aux outils numériques Le Maine Libre

10/03/2024

Des ateliers pour former les seniors aux outils numériques

Nicolas GUINAUDEAU

L'Association nationale des retraités de la Sarthe s'associe avec Orange pour former les seniors aux usages du numérique : smartphone, arnaques en ligne et réseaux sociaux.

En France, on estime qu'un tiers des seniors est atteint d'illectronisme.

Soit le fait d'éprouver des difficultés, voire d'être dans l'incapacité d'utiliser des outils informatiques. C'est pourquoi l'Association nationale des retraités de la Sarthe (ANR 72) et l'opérateur Orange ont décidé de s'associer pour mettre en place des ateliers numériques. Objectif : Lutter contre l'exclusion numérique des retraités . Quatre ateliers avec un employé d'Orange

Quatre ateliers sont ainsi prévus au Mans entre mars et juin 2024. C'est la première fois que ces activités sont menées en Sarthe. Alexandre Cros, directeur des relations Orange avec les collectivités locales de Sarthe et de Mayenne, nous détaille leur fonctionnement. N'importe quel employé de chez Orange peut se proposer pour devenir bénévole. Ils interviennent alors chez nos partenaires pour former à

l'informatique. Le cycle d'ateliers se décompose en quatre thèmes, qui durent à chaque fois une heure : prendre en main son smartphone, ensuite protéger ses données personnelles, éviter les arnaques en ligne et enfin, l'usage des réseaux sociaux et notamment Facebook. Les ateliers et les intervenants sont adaptés au niveau des personnes formées. C'est gratuit pour tous, il suffit d'être membre de l'association partenaire. Déjà soixante adhérents sont inscrits, sur les 650 que compte l'association en Sarthe.

Des seniors qui veulent rester à la page Pierre Pluchon, son président, nous explique que la sensibilisation numérique rentre dans nos missions. Nos adhérents ont entre 55 et 102 ans, c'est un large spectre. Nous pouvons compter sur un large réseau de bénévoles dans tous les corps de métiers. Que ça soit dans le domaine administratif, du logement, de la santé ou de la nutrition, nos membres peuvent y faire appel gratuitement.

Ce partenariat rentre dans ce cadre, poursuit le président. Nous essayons de suivre le mouvement, et que nos adhérents restent à la page. Nous

voulons créer le maximum de liens sociaux en organisant des voyages, des sorties marche à pied et, en l'occurrence, ces activités numériques.

Le premier atelier aura lieu mardi 12 mars 2024, à 14 h, au Pôle associatif Coluche du Mans. Les dates des trois autres seront arrêtées prochainement.



Le Mans, le mercredi 6 mars 2024. Alexandre Cros, à gauche et Pierre Pluchon, permettront à des seniors de profiter gratuitement d'ateliers sur l'informatique.



Normandie

Près du Havre. Des ateliers gratuits pour lutter contre la fracture numérique à Montivilliers Paris Normandie 13/02/2024

Près du Havre. Des ateliers gratuits pour lutter contre la fracture numérique à Montivilliers

Is-Normandie

Des ateliers pour lutter contre la fracture numérique : c'est l'initiative menée par Orange, le CCAS et la Ville de Montivilliers, à partir de ce mois de février 2024. Des animateurs d'Orange initieront les Montivillonnais volontaires à l'usage des nouvelles technologies. « Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de l'action de la Ville en faveur de la lutte contre la fracture numérique. Elle s'est traduite notamment par le recrutement d'un conseiller numérique qui, depuis trois ans, accompagne les personnes qui en ont besoin dans leurs démarches en ligne au sein de la Maison France Services », a déclaré Jérôme Dubost dans un communiqué.

Consultez l'actualité en vidéo

Quatre ateliers gratuits

Ces ateliers gratuits sont organisés dès le jeudi 22 février, une fois par mois, au sein du centre social Jean-Moulin. La participation aux quatre ateliers est obligatoire.

Jeudi 22 février 2024 à 14h : prise en main de son smartphone ;

Jeudi 21 mars à 14h : protéger ses données personnelles ;

Jeudi 18 avril à 14h : découverte des réseaux sociaux ;

Jeudi 16 mai à 14h : garder le contact avec WhatsApp. ■

*Montivilliers. Des ateliers proposés pour se familiariser avec le numérique Le
Courrier Cauchois 27/02/2024*

Montivilliers. Des ateliers proposés pour se familiariser avec le numérique

Les participants à ce premier atelier numérique ont appris à se servir un peu mieux de leur smartphone. Ils ont pris des notes et utilisé concrètement leurs téléphones

Le 8 février dernier, Marc Maouche, délégué régional Orange Normandie, et Jérôme Dubost, maire de Montivilliers, ont signé une convention de partenariat pour proposer des ateliers numériques aux Montivillonnais. Ces ateliers gratuits sont animés par des salariés Orange bénévoles et n'ont aucun but commercial.

Le premier atelier s'est déroulé jeudi 22 février, au Centre social Jean-Moulin, avec comme objet la prise en main de son smartphone. Pendant une heure et demie, une quinzaine de personnes ont ainsi pu se familiariser, entre théorie et pratique avec le Bluetooth, le mode avion, le type de réseaux et en apprendre un peu plus sur les fonctionnalités de leurs téléphones.

Trois autres ateliers sont prévus les jeudis 21 mars, 18 avril et 16 mai avec les thèmes respectifs suivants : protéger ses données personnelles, découvrir des réseaux sociaux, garder le contact avec ses proches.

Inscriptions préalables au Centre communal d'action sociale, Cour Saint-Philibert, tél. 02 35 30 96 42.



*Épouville. Le club de foot a organisé un stage multi-activités pendant une semaine
Le Courrier Cauchois 12/03/2024*

Épouville. Le club de foot a organisé un stage multi-activités pendant une semaine

Les stagiaires ont été sensibilisés au numérique Pendant la première semaine des vacances scolaires, l'US Epouville a organisé du

lundi du vendredi un stage où une vingtaine de joueurs et joueuses étaient présents. Au programme, laser game, futsal, tournoi de foot, quiz et jeux au dojo. Les Magiciens du numérique, en partenariat avec Orange, sont également venus proposer un jeu sous la forme d'un escape game afin de sensibiliser les enfants aux bons usages et aux dangers du numérique.



<https://medias.lecourriercauchois.fr/photos/1200/359187/>



Centre-Val de Loire



Des élèves sensibilisés à Internet La Nouvelle République 27/02/2024



Des élèves sensibilisés à Internet

agenda

Des élèves sensibilisés à Internet, Le 5 février, les élèves de CM2 et 5 e de l'école-collège Jeanne-d'Arc de Tours sont devenus « magiciens du numérique ». Avec le soutien de salariés d'Orange, les élèves ont activé leurs neurones pour résoudre les énigmes proposées.

Un message pour les enfants et les parents

L'objectif final était de sensibiliser les enfants à leur « e-réputation », à la protection de leur vie privée, de leurs données personnelles et de leur santé. Plusieurs conseils ont été donnés : baisser le son pour préserver son audition, vérifier une information avant de la relayer, choisir un mot de passe « en béton ».

« Nous sensibilisons les enfants, mais aussi les parents », explique Nelly Simoes, chargée de communication chez Orange. Une rencontre à leur intention a eu lieu en fin de journée pour leur présenter les risques auxquels sont exposés les enfants et les moyens de s'en protéger.

Côté collégiens, le message est passé. Tamsir, Lucas, Léanne Jade et Noémie en témoignent : *« Il faut faire attention, soigner les mots de passe, vérifier les informations, faire des pauses et ne pas jouer avant d'aller dormir. » ■*



Un atelier pour manier son smartphone La Nouvelle République 12/04/2024

Un atelier pour manier son smartphone

agenda

Un atelier pour manier son smartphone, Jeudi 4 avril, organisée par l'association Cles (Coordination des liens, des entraides et des services), la rencontre sur le thème « Prendre en main son smartphone » a intéressé une quinzaine de personnes, adhérentes et non adhérentes à l'association.

Cette rencontre au Pôle senior d'Argenton, mis à disposition par la municipalité et animée par Éric Maes, cadre chez Orange, aidait à débiter avec son smartphone.

« Avant de rentrer dans le vif du sujet, Éric Maes a fait un tour de table pour mesurer les attentes des participants : il en ressort une demande de prise en main du smartphone et beaucoup

d'interrogations sur la sécurité des données », a indiqué Nicole Barre, responsable locale du Cles.

Cette première rencontre se concentrait sur les généralités et a satisfait tous les participants.

Ils reviendront aux prochaines séances ouvertes à tous qui se dérouleront de 14 h à 15 h 30 : mardi 16 avril (protéger ses données personnelles), jeudi 16 mai (éviter les arnaques en ligne) et jeudi 6 juin (découvrir les réseaux sociaux).

Cor. NR : Lionel Marchenay

Renseignements et inscriptions :

Nicole Barre, tél. 06. 21. 59. 18. 27.



« La première fois que ça m'est arrivé, j'ai passé une journée horrible » : des ateliers pour éviter les cyberattaques dans le Loiret
La République du Centre
11/06/2024

Numérique

"La première fois que ça m'est arrivé, j'ai passé une journée horrible" : des ateliers pour éviter les cyberattaques dans le Loiret

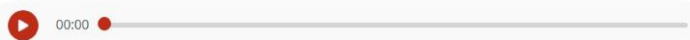
Publié le 11/06/2024 à 06h20



Une petite quinzaine de seniors intéressés par l'atelier dispensé par Laurence Guillon (à droite). ©

Caroline Bozec

Écouter l'article



Et si on vous aidait à éviter les pièges sur Internet, à prendre en main votre smartphone, à surfer sur les réseaux sociaux ? Des ateliers numériques gratuits sont organisés par Orange, en collaboration avec les associations et collectivités.

Ils sont là "parce qu'il y a des choses avec les portables qui nous dépassent un peu, un langage à avoir pour avoir l'air moins idiots", explique Christian.

Éviter les démarchages téléphoniques

LIRE LE JOURNA

Devenez le héros Apple de votre entreprise.

Testez Jamf Pro : la meilleure solution MDM du marché.

[Testez Jamf](#)

LES + PARTAGÉS

1

Education Des parents d'élèves en colère envers des enseignants dans la classe, et les empêchent de faire cours.



Et puis, "pour des raisons de sécurité, savoir comment faire face aux spams et appels auxquels on n'ose pas répondre", complète Maud :

"La première fois que ça m'est arrivé, j'ai passé une journée horrible, on me faisait croire qu'une de mes proches était à l'étranger et avait des problèmes."

MAUD (Retraitée)

Ils participaient, lundi 10 juin, à un atelier numérique sur les cyberattaques organisé par Orange, à Orléans, avec l'Association des retraités du Loiret. Comment détecter un hameçonnage, éviter les démarchages téléphoniques qui les accompagnent, se méfier de l'image et des sons, du fait qu'on peut reproduire une voix...

A lire aussi : [Cinq astuces pour détecter un mail frauduleux](#)

8.000 ateliers numériques en 2023

"Je ne veux pas que vous soyez paranoïaques mais vigilants, conscients des dangers sur le web."

LAURENCE GUILLON

(Salariée d'Orange, une des volontaires assurant ces ateliers)

"78 % du hameçonnage se fait par le téléphone", souligne Stéphanie Ramel, directrice des relations collectivités locales chez Orange. Qui, en collaboration avec des collectivités et associations, a organisé 8.000 ateliers numériques gratuits dans la région en 2023 : utilisation du smartphone, contrôle parental, accès aux réseaux sociaux, protection des données...

Pratique

Les particuliers peuvent s'inscrire à [des sessions en ligne](#).
Les collectivités et associations souhaitant organiser des ateliers avec Orange peuvent écrire à stephanie.ramel@orange.com

5

Votre
est pi
Aidez-nou
site en ré
questionn