

REALISER UN BILAN D'ACTIVITE ET VALORISER SON ACTION DE MEDIATION NUMERIQUE

Trame coconstruite en 5 ateliers lors des rencontres départementales du Hub Bretagne pour un numérique inclusif à l'hiver 2022-2023 (environ 45 professionnels de la médiation numérique ont contribué à ce résultat).

1) Les objectifs d'une telle démarche

- Rendre compte et valoriser son activité auprès de son employeur / de son financeur.
- Renforcer la cohérence de son action : mieux articuler les objectifs et les actions de sa structure.
- Comprendre / analyser les besoins du territoire.
- Légitimer son action, affirmer son positionnement

2) La progression du bilan – le plan

Pour donner une cohérence d'ensemble au bilan, voici un plan proposé :

1. Le contexte territorial :

Cette partie rappelle le contexte des besoins du territoires.

2. Le projet de médiation numérique :

Cette seconde partie présente dans les grandes lignes la genèse du projet et des activités de médiation numérique (qui porte les missions de médiation numérique, l'histoire du projet, les objectifs).

3. Les missions :

Cet item présente de manière détaillée les différentes missions (ex: recherche de partenaires, animation, coordination) et les différentes actions (ateliers, permanences, etc.) qui sont menées en matière de médiation.

4. Les chiffres clés / bilan quantitatif :

Partie très importante et souvent regardée de près dans un bilan par les financeurs.

5. Bilan qualitatif :

Cette partie du bilan tente de démontrer l'impact des actions menées. Elle peut aussi intégrer des témoignages recueillis auprès des participants/ partenaires de vos actions.

6. Les partenaires :

Cette partie présente les différents partenaires de votre territoire avec lesquels vous avez travaillé.

7. La communication :

Cet item peut à la fois permettre de lister les différents moyens de communication utilisés pour vos actions. Des illustrations visuelles peuvent être intégrées par exemple des flyers, des articles de presse, etc.

8. Les perspectives à venir :

Cette avant dernière partie présente les futurs évolutions / projets / actions / partenariats envisagés pour l'année suivante.

9. Bilan financier :

Les éléments financiers ne sont pas à inclure systématiquement, cela dépend surtout de la cible du bilan.

3) Le contenu du bilan - indicateurs

Deux types d'indicateurs listés par les participants :

Indicateurs de réalisation : bilan quantitatif	Indicateurs de résultat : bilan qualitatif
<ul style="list-style-type: none">• Nombre de personnes accompagnées• Nombre d'accompagnements réalisés (individuels et collectifs).• Types de publics : âge, genre, catégorie socioprofessionnelle, provenance géographique, acteurs privés ou particuliers, connexion, niveau de compétence de départ.• Nombre et types de partenariats en place.• Réorientations des personnes : Par qui sont orientés les publics / vers qui on oriente les publics.• Thématiques principales d'accompagnement.• Lieux d'intervention.• Modalités d'accès aux accompagnements.• Nombres d'ateliers collectifs réalisés.• Cadre d'intervention : événement, permanence, scolaire, itinérance...	<ul style="list-style-type: none">• Résultats pour les personnes accompagnées et le territoire :<ul style="list-style-type: none">○ Insertion professionnelle○ Acquisition de compétences et autonomie○ Confiance et estime de soi○ Liens sociaux○ Partage de savoirs○ Limiter les risques de cyber-malveillance○ Accès aux droits > diminuer le non-recours○ Accès à l'information○ Être un nouveau lieu ressource pour le territoire○ Développement associatif

4) La collecte des éléments de bilan

Plusieurs méthodes proposées pour collecter des éléments de bilan :

- Questionnaires d'évaluation auprès des publics accompagnés (papier, numérique).
- Recueil de témoignages de publics ou partenaires : vidéo, photos, récit et citations

Où trouver des sources pertinentes pour le contenu ?

- Les Bons clics <https://www.lesbonsclics.fr/fr/evaluer-niveau-numerique>
- PORTREA pour le contexte du territoire <https://portrea.fr/>
- Solidarité numérique <https://www.solidarite-numerique.fr/>
- CREDOC <https://www.arcom.fr/nos-ressources/etudes-et-donnees/mediatheque/barometre-du-numerique-edition-2022>

5) Les ressources sur la démarche globale

Les ressources partagées pour mieux s'approprier la démarche de l'évaluation de l'utilité sociale de la médiation numérique :

- Démarche brestoise de "construction d'un référentiel de l'utilité sociale de la médiation numérique" (2014) : https://www.a-brest.net/IMG/pdf/rapport_final_utilite_sociale.pdf

- Guide l' AVISE "Évaluer l'utilité sociale de son activité. Conduire une démarche d'auto-évaluation"

(2007)

https://www.avise.org/sites/default/files/atoms/files/200711_avise_cahier_evaluationutilitesociale.pdf

- Méthodologie de COORACE " Registres, critères et indicateurs de l'utilité sociale territoriale" (2013)

http://www.coorace.org/sites/www.coorace.org/files/registres_criteres_et_indicateurs-vf_3.pdf

- Un espace partagé sur le site du Hub Bretagne pour mettre en commun les bilans : <https://hub-bretagne.net/?Bilanetvalorisation>