PROJET À LA LOUPE

BIP POP

Plateforme locale d'entraide

Interview avec Anne Guénand,
Fondatrice du projet

Pour lutter contre l'isolement des personnes fragiles et aider à la mobilité, la piste explorée par Bip Pop est celle du soutien aux collectivités territoriales dans la coordination du bénévolat des associations et des particuliers, afin d'élargir leur offre sociale. Leur proposition innovante s'articule autour d'une plateforme web sécurisée et de l'animation de rencontres favorisant le lien social de proximité.

Anne Guénand a fondé le projet et est aujourd'hui conseillère scientifique ainsi que l'une des 11 associé.e.s au sein de la SCIC (société coopérative d'intérêt collectif). Elle poursuit par ailleurs son activité d'enseignante-chercheuse en Design d'innovation socio -technique. Elle s'est prêtée au jeu de l'interview pour nous livrer les dessous de ce projet d'entraide.

Bip Pop, en quelques mots…

Une plateforme pour lutter contre l'isolement, à destination des collectivités

« Par le biais d'une plateforme adaptée à chaque territoire et développée localement, Bip Pop aide les collectivités à coordonner le bénévolat des particuliers et des associations afin de lutter contre l'isolement des personnes fragiles et d'aider à la mobilité. Si des solutions existent déjà, celles-ci sont le plus souvent payantes et réservées à des publics aisés. L'ensemble des services présents sur la plateforme Bip Pop est non marchand : elle est gratuite pour les bénévoles, les associations et les bénéficiaires. Ce sont les collectivités qui en supportent le coût par le biais d'un abonnement au « juste coût » qui est entre 0.1 et 0.9 euros par an et par habitant. Le tarif dépend du degré de délégation ou d'autonomie que souhaite prendre la collectivité dans la gestion de l'outil.

La plateforme Bip Pop met en relation citoyens, associations et collectivités dans le cadre d'une application web sécurisée à destination des collectivités qui souhaitent élargir leur offre sociale en lien avec les associations du territoire et les particuliers souhaitant s'engager dans le bénévolat. La plateforme diffuse les services d'entraide choisis par le territoire à destination des personnes empêchées, par l'âge, la santé ou le handicap, afin de les aider dans leur quotidien. La mission du dispositif Bip Pop est de lutter contre l'isolement des personnes en perte d'autonomie, que celles-ci aient accès ou non à internet/mobile. »

Les Happy Pop : des rencontres pour favoriser le lien de proximité

« Finalement, Bip Pop est une plateforme d'aide et de lutte contre l'isolement au service de tous les acteurs d'un territoire. C'est effectivement une réponse technique mais cela ne s'arrête pas là : pour que cela fonctionne, il doit y avoir des rencontres organisées entre les bénévoles et animées par la collectivité directement ou par l'équipe Bip Pop en délégation. Ces rencontres, appelées Happy Pop, permettent d'instaurer et de conserver un climat de confiance et un lien social de proximité. Les associations, les bénévoles, les élus, les personnels des centre sociaux, CCAS ou CDAS du territoire y sont conviés. Ces rencontres de proximité, qui font sortir les individus de l'anonymat, participent à la qualité de l'engagement.

Cette plateforme est également une tribune pour les associations qui peuvent se faire connaître localement, éventuellement recruter des bénévoles, un tiers de l'affichage visuel de la plateforme est d'ailleurs consacré à leurs actualités. »

L'apport de la recherche dans le projet

« Je suis une des conseillères scientifiques associé.e.s au sein de Bip Pop et je poursuis par ailleurs mon activité d'enseignante-chercheuse en Design d'innovation socio-technique. Je mesure l'importance de cette activité de recherche dans le déploiement du dispositif : l'attention portée à l'utilisateur final, aux biais d'utilisation, à ses appropriations, à toute cette complexité des interactions entre la technique et l'humain, a permis à Bip Pop d'être ce qu'il est aujourd'hui et de répondre précisément aux besoins des collectivités. Pour moi, la recherche a du sens quand son fruit revient à la société, et il me semble qu'avec Bip Pop nous sommes ancrés dans cette dynamique. »

Le choix d'un statut de SCIC - Société Coopérative d'Intérêt Collectif

« J'ai été accompagnée par Ashoka en 2016 lorsqu'il a été question de penser le statut du projet. A l'époque, nous avons longuement hésité entre association ou société coopérative. Et je pense que nous avons fait le bon choix car nous vendons un service que nous avons développé, nous produisons un outil. Nous ne sommes pas une association qui viendrait faire concurrence à d'autres associations. Ce statut permet de bien clarifier notre message qui a pu être compliqué au départ car nous ne connaissions pas encore bien nos limites d'intervention. En fait les choses sont plutôt simples : nous sommes un fournisseur d'outil et en tant que fournisseur, le statut d'entreprise reste le meilleur ».

Genèse du projet

Une phase de recherche de 2 ans pour identifier les freins et les besoins des futur.e.s utilisateur.trice.s

« Le projet Bip Pop est le fruit de deux ans de recherche, de co-construction avec des ateliers au sein d'un club de personnes âgées à Compiègne, le Centre Communal d'Action Sociale, l'Université de Compiègne et l'Institut Godin qui est un institut d'innovation sociale. A travers ces deux années de travail, on a pu réussir à faire de la « conception orientée » c'est-à-dire qu'on a utilisé des maquettes, des prototypes suffisamment ouverts, dans des scénarios d'usages émergeants ou modifiables, pour élaborer une première réponse à des besoins qui ont été révélés lors des ateliers avec les potentiels futurs utilisateurs.

Par exemple : nous nous sommes rendu compte par ce travail qu'il était très difficile de demander un service lorsqu'on était fragile. Quand on sait qu'on ne pourra pas rendre le service en retour, et qu'on a besoin de quelqu'un pour nous aider ou nous rendre visite, il est difficile d'en parler à son voisinage, cela amène souvent à des situations où les personnes vont préférer s'isoler, ou dire que tout va très bien. Notre outil permet donc, au lieu de faire une demande à son voisin ou à un particulier, de faire une demande à la collectivité qui joue le rôle de tiers de confiance et qui relaie la demande à des bénévoles. Cette demande, formulée à un tiers permet de désinhiber les demandes et de les faciliter.

Pour cette raison, nous parlons de Bip Pop comme d'un dispositif d'encapacitation ou d'*empowerment* : l'idée est de redonner la capacité aux personnes qui ne l'ont pas ou plus, de demander. Mais c'est aussi donner la capacité aux gens de s'impliquer dans un tissu social, d'être reconnus et valorisés en tant que bénévoles. »

Une mise à l'écoute pour une adaptation constante de la plateforme

« Le fait d'écouter les territoires, les utilisateurs, qu'ils soient des particuliers ou des associations, est un pilier constitutif de notre dispositif. On a des dizaines de demandes d'évolutions du dispositif en cours, exprimées par de toutes petites communes ou des départements, afin d'adapter au mieux la réponse technique que nous apportons aux spécificités des territoires. A chaque nouvelle adaptation développée pour un territoire, nous la proposons aux autres comme une nouvelle fonctionnalité afin d'enrichir, s'ils le souhaitent, le service proposé aux administré.e.s. »

L'idée innovante : passer par les collectivités

« Je suis allée voir pas mal de plateformes que j'ai utilisées, questionnées,… j'ai rencontré beaucoup de gens. Mais c'est pendant les ateliers, où on écoute les expériences des un.e.s et des autres qu'est venue cette idée. Toutes les plateformes existantes de pairs à pairs fonctionnent très bien tant qu'on est en forme, vaillant, avec des capacités motrices, cognitives et un peu d'aplomb. Quand on commence à perdre son autonomie, à gagner en fragilité, c'est plus compliqué. Et il ne faudrait surtout pas promettre une relation sociale de confiance à quelqu'un qui en aurait besoin et qui serait déçu. Il est hors de question de prendre le moindre risque à ce sujet et nous nous devons de protéger les personnes fragiles. La réponse que nous apportons pour cette protection, c'est de passer par les collectivités, pour créer un collectif social de confiance où les gens se connaissent et se rencontrent. »

Les collectivités territoriales

AU CŒUR DU PROJET

Les 5 facteurs-clés de succès du dispositif

« Quelle que soit la collectivité, pour nous assurer de la réussite du déploiement du dispositif, nous lui demandons au préalable de répondre aux 5 points suivants qui sont pour nous des incontournables :

1

L'existence d'une cohérence dans la politique locale autour d'un projet de prévention de l'isolement. Si la démarche politique fait partie d'une promesse, d'un engagement sur un territoire, la démarche a toutes les chances de fonctionner. Ce premier point est le plus important à nos yeux. Le désir politique et la capacité d'action jouent énormément dans la réussite du déploiement.

2

Mais la volonté politique ne suffit pas et il faut s'assurer d'une implication possible de tous les acteurs locaux.

3

Il faut s'assurer de la possibilité d'avoir recours à un numéro de téléphone et un interlocuteur identifiable et identifié pour répondre aux demandes des bénéficiaires ou des bénévoles. Parce que même si les chiffres nationaux nous disent que 54 % des personnes de plus de 70 ans se connectent tous les jours à internet, ce que nous constatons nous sur le terrain, c'est que 95% des personnes de plus de 70 ans sur les territoires ruraux ne se connectent pas du tout à internet !

4

Il faut ensuite s'assurer d'une communication régulière dans la presse locale et les supports de communication (lettre aux ainé.e.s, invitation au loto, lettre des vœux, plan canicule, plan grand froid,…)

5

Pour finir, la collectivité doit se poser la question de son désir et de sa capacité à accompagner les bénévoles et les associations dans cette dynamique locale en organisant des réunions, en formant les bénévoles, en impliquant les associations pour qu'elles trouvent un rôle dans cette dynamique. »

2 offres différentes pour l'accompagnement des collectivités

« Une en autonomie totale pour la collectivité : c'est-à-dire qu'elle s'abonne, qu'on la forme et qu'ensuite elle gère complètement le dispositif en interne et la dynamique collective avec les bénévoles, la relation avec la presse, la relations avec les associations, la communication auprès des bénéficiaires et les relais des offres et des demandes. Nous avons par exemple un département et une ville qui fonctionnent comme ça : ce n'est donc pas une question de taille de territoire mais bien leurs spécificités qui les font choisir l'une ou l'autre des propositions. Parfois, les collectivités choisissent cette option et confient la mise en œuvre à une association du territoire qui va alors coordonner les solidarités locales.

Notre deuxième offre est celle d'une délégation totale : la collectivité n'a pas les ressources nécessaires à affecter à la mise en place donc elle délègue à Bip Pop cette mission. Nous recrutons donc un ADA (agent de développement et d'animation Bip Pop) pour l'aider à mettre en place le service pendant 12 à 18 mois jusqu'à ce qu'elle puisse être autonome. Ce recrutement se fait sur le territoire car cela n'aurait pas de sens que nous recrutions chez nous dans l'Oise pour mandater quelqu'un pour aller travailler en Gironde ou dans le Rhône, il nous parait plus pertinent de recruter des personnes qui connaissent déjà le territoire ! De plus, nous impliquons les collectivités dans le recrutement car bien souvent la collectivité choisit, à terme, de recruter elle-même cette personne, ou de mutualiser le recrutement avec des collectivités voisines. »

Les impacts de la crise sanitaire

SUR LES USAGES DU DISPOSITIF

« Il y a 5 ans, on parlait d'1.2 million de personnes isolées et c'était déjà trop, aujourd'hui, avec le rapport Guedj de juillet 2020, on parle de 2 millions de personnes âgées isolées…

Nous étions convaincus qu'il y avait des choses à faire, des solutions à construire et maintenant que nous en sommes à 5 ans d'existence du projet, on commence à avoir des données porteuses de sens sur l'intérêt d'un tel dispositif. Le confinement, si c'était nécessaire, nous confirme l'intérêt porté à la plateforme. Dans un sens, pour les personnes âgées, on peut parler du principe de la double peine : celles qui sont déjà seules sont victimes d'un double isolement en raisons du confinement et du principe de précaution. Ce principe est évidemment une bonne chose mais les conséquences sont dramatiques ».

Nous avons eu 400 % d'augmentation d'inscriptions de particuliers sur nos plateformes. Concernant les demandes du côté des collectivités, ce qui change, c'est la rapidité avec laquelle les collectivités s'engagent et la rapidité avec laquelle les dispositifs sont opérationnels. Aujourd'hui, moins de 15 jours après une demande, nous sommes en mesure de mettre en place une plateforme, communication comprise (édition des flyers, développement du site web et des visuels, transmission du kit com pour que la collectivité puisse informer ses bénévoles et ses administrés, diffusion d'articles de presse,…)

Cette réactivité est évidemment due au développement de notre équipe (passage de 5 à 10 en moins de 6 mois, amélioration de nos process), mais également à des collectivités qui ont réussi à lever des freins dans leur processus de décisions car elles ont eu une vraie prise de conscience que les moyens traditionnels n'étaient plus suffisants.

Le bénévolat en France étant lui-même vieillissant, certains bénévoles sont devenus des « personnes fragiles » dans le cadre de la pandémie, il a donc fallu trouver de nouvelles alternatives de manière rapide pour protéger les bénévoles. Certaines associations se sont retrouvées avec moins de forces vives et certaines collectivités se sont saisies de Bip Pop pour les soutenir et créer un vivier de nouveaux bénévoles. En parallèle, beaucoup de salarié.e.s s'étant retrouvé.e.s en télétravail ou en chômage partiel, du temps s'est libéré pour eux.elles et nombre d'entre eux.elles ont éprouvé le besoin de s'engager pour aider les autres. Tous ces facteurs font converger vers une action plus rapide des collectivités dans la prise de décision et la mise en œuvre.

« Nous avons eu 400 % d'augmentation d'inscriptions de particuliers sur nos plateformes. (…) Du côté des collectivités, ce qui change, c'est la rapidité avec laquelle (elles) s'engagent. (…) Elles ont eu une vraie prise de conscience que les moyens traditionnels n'étaient plus suffisants. »

Pendant le confinement nous avons aussi pu remarquer une augmentation très conséquente de la rapidité des réponses qui étaient apportées aux demandes… nous avons même cru, lors du premier confinement, que nous avions un bug dans notre système puisque les services disparaissaient beaucoup plus rapidement. Nous nous sommes finalement aperçu.e.s que ces « disparitions » étaient simplement liées au fait que les aidant.e.s répondaient très vite aux demandes, certaines étaient pourvues en moins de 10 minutes et s'effaçaient alors de l'affichage public. »

Développements du projet

Un redéploiement sous « marque blanche »

« Aujourd'hui, les dispositifs Bip Pop sont au nombre de 43 et représentent une couverture de plus de 900 communes. Depuis le début de l'année 2020, Bip Pop a fait le choix de se déployer sous des marques blanches, c'est-à-dire avec des noms de marques locales comme par exemple « monvoisin06aducœur.fr » ; « https://benevolat.hanau-lapetitepierre.alsace/», cela permet une meilleure appropriation de l'outil par les collectivités et par les administré.e.s. , c'est aussi un moyen supplémentaire pour les collectivités de s'engager en engageant leur propre nom. Il y a 5 ans, Bip Pop a commencé en développant le dispositif avec l'estampillage Bip Pop sur l'ensemble des éléments de communication et s'est rendu compte que cela pouvait être un frein à la lecture pour les collectivités et les administrés d'où cette proposition de marque blanche. C'est d'ailleurs intéressant comme question pour un entrepreneur que celle de son image… et sa capacité à s'effacer au service de ses clients. »

Les territoires touchés : du rural à l'urbain

La question de l'isolement n'étant pas propre à la ruralité, nous touchons :

- Des territoires ruraux (Oise, Ain, Aisne, Rhône, Bas-Rhin) avec parfois une densité de moins de 100 habitants au km carré
- Des territoires péri-urbains avec des villes de 13 à 15 000 habitants ; sur ces territoires péri-urbains, La plupart du temps, le déploiement du dispositif commence sur un territoire avec une seule commune, puis au fil du temps, l'intercommunalité s'en saisit et l'étend à plusieurs de ses communes.
- Des centres urbains (Nice, Menton, Antibes,…). De manière générale, il y a plus d'opportunité de bénévolat dans les zones urbaines, une plus grande densité, une facilité de déplacements qui rend l'outil plus facilement appropriable.

Des problématiques de l'âge à la question de la précarité sociale : élargissement du public

« Au départ, soutenus par le Département de l'Oise via la conférence des financeurs, le public a été celui des personnes en perte d'autonomie. L'âge peut évidemment être un facteur de perte de son autonomie mais il n'est pas le seul, la santé, le handicap ou la précarité sociale peuvent aussi amener à une perte d'autonomie. Les collectivités ouvrent leur plateforme à tous ces publics et l'on note une forte augmentation de demandes de personnes en situation de précarité sociale. »

Vous êtes tout jeune lauréat de la FFE : qu'est ce que cela va vous permettre ? Où vous voyez-vous dans 5 ans ?

« Le concours de la France s'engage n'est pas un concours anodin et il est important pour nous de pouvoir contribuer, justement, à cette France qui s'engage ! Avec Bip Pop, il est justement question de collectivités, de particuliers et d'associations qui s'engagent, nous ne sommes que le relai de cet engagement qui montre qu'il est possible de changer les choses localement.

Être lauréat de la FFE est une belle preuve de confiance, c'est aussi des moyens pour nous de structurer notre équipe et notre offre. Nous avons d'ailleurs commencé à recruter des profils diversifiés pour monter en compétences dans des domaines où cela nous semblait nécessaire : développement de notre stratégie commerciale ou formation des équipes par exemple.

Un de nos objectifs à développer dans les prochains temps est celui d'avoir la capacité de faire connaître notre dispositif en visant plus d'impact pour chaque bénéficiaire, plus de bénéficiaires par territoire, et des nouveaux bénéficiaires sur de nouveaux territoires, et bien sûr de mesurer notre impact. »

Propos recueillis par le Campus des solidarités
Le 5 janvier 2021