

Les aînés sont-ils du mauvais côté de la fracture numérique ?

De la Commission européenne à la Région wallonne, des éditeurs de logiciels aux associations d'aînés, des gérontologues aux ergonomes, beaucoup de monde s'intéresse aujourd'hui à l'attitude des personnes âgées vis-à-vis des technologies de l'information et de la communication (TIC).

L'expansion d'Internet fait craindre l'apparition d'une fracture numérique entre la jeune génération, branchée, et la génération des aînés, déconnectée.

L'image caricaturale est celle de l'opposition entre des adolescents qui vivent dans l'univers Internet et des septuagénaires étrangers à cet univers.

Il faut toutefois dépasser ces idées reçues: on ne peut pas définir le spectre des usages d'Internet en fonction de l'âge en ne s'intéressant qu'aux deux extrémités de ce spectre et en prenant l'une pour un modèle à suivre, l'autre pour un problème à résoudre. Il convient aussi de s'interro-

ger sur les stratégies sous-jacentes à l'inclusion ou à l'exclusion des aînés dans la société de l'information.

Au-delà des apparences

Si on s'en tient aux données brutes, le pourcentage d'utilisateurs d'Internet dé-

Réputés en marge du développement d'Internet, les seniors font aujourd'hui l'objet de nombreuses sollicitations.

croît avec l'âge de manière quasi linéaire: de 92% dans la tranche d'âge 15-21 ans à 17% pour les 60-64 ans et 9% chez les plus de 65 ans, selon la dernière enquête menée par l'Agence wallonne des télécommunications (AWT) en Wallonie (tableau 1).

Un zoom sur ceux qui utilisent Internet donne des résultats plus intéressants. La même enquête n'observe pas de différence significative entre les tran-

ches d'âge pour ce qui concerne la fréquence d'utilisation. C'est même dans la tranche d'âge 60-64 ans qu'il y a le plus d'utilisateurs quotidiens – une question de temps disponible, sans doute. Les usages d'Internet sont assez semblables chez les plus de 60 ans et les moins de 60 ans, à quelques exceptions près: les usages ludiques sont rares chez les aînés, mais l'utilisation de l'administration en ligne et des applications financières est plus fréquente.

L'enquête de l'AWT fournit d'autres données intéressantes. Parmi les utilisateurs réguliers d'Internet de 60 ans et plus, les hommes sont trois fois plus nombreux que les femmes (14% des hommes de la tranche 60+, contre 5% des femmes). Il y a aussi deux fois plus d'utilisateurs d'Internet parmi les personnes qui ont encore une activité professionnelle que parmi les retraités (15% contre 8%).

Le niveau d'éducation est une variable déterminante:

Dans ce numéro :

- | | |
|---------------------------------------------------------------|---|
| Les aînés sont-ils du mauvais côté de la fracture numérique ? | 1 |
| Le retour des boutiques de sciences | 5 |
| Succès et infortunes du télétravail | 7 |

L'équipe FTU vous présente ses meilleurs voeux



on trouve 20% d'utilisateurs d'Internet parmi les 60+ qui ont effectué des études secondaires supérieures ou universitaires, contre seulement 8% parmi ceux qui ont un diplôme secondaire inférieur et 4% parmi ceux qui n'ont fait que des études primaires ou n'ont aucun diplôme.

Enfin, les disparités sous-régionales sont importantes: dans le Brabant wallon, 22% des 60+ utilisent Internet, contre 13% à Namur, 9% dans le Luxembourg, 7% dans le Hainaut et 5% à Liège.

Ces données permettent d'avancer quelques hypothèses explicatives. La première concerne le rôle central de l'environnement professionnel dans l'appropriation d'Internet. Dans la tranche d'âge des 60+, les femmes ont été beaucoup moins nombreuses à travailler que dans les générations plus jeunes. Elles ont aussi été moins nombreuses à occuper des emplois qualifiés, qui leur auraient donné accès aux TIC. De même, les seniors qui ont un diplôme plus élevé, et donc souvent un travail intellectuel, ont eu plus d'opportunités pour se familiariser avec les TIC dans le cadre de leur travail. Les plus hauts pourcentages

d'utilisateurs se trouvent dans les sous-régions tertiaires, les plus bas dans les sous-régions d'ancienne industrialisation.

La seconde hypothèse concerne les tendances prévisibles. Au cours des prochaines années, l'influence de l'environnement professionnel sur les "nouveaux entrants" dans la tranche 60+ s'accroîtra encore. D'une part, les futurs 60+ seront plus nombreux



à connaître Internet et à avoir eu le temps de se familiariser avec les TIC dans le cadre de leur travail. D'autre part, cette tendance est contrebalancée par l'abaissement continu de l'âge moyen de la retraite ou préretraite. Toutefois, les préretraités précoces, même s'ils perdent le contact avec le travail, constituent un public cible très

Les futurs 60+ seront plus nombreux à être déjà familiarisés avec Internet et les services en ligne.

particulier pour l'expansion d'Internet et des services en ligne.

L'âge apparaît donc comme une variable clé ... mais à condition d'ouvrir les bonnes portes avec la clé.

Par ailleurs, le seuil d'âge envisagé pour départager les aînés et les autres est une variable très critique – et un choix toujours critiquable. Alors que l'AWT met la barre à 60 ans, de nombreuses études récentes sur l'usage des TIC par les aînés mettent le seuil d'âge étonnamment plus bas: 50 ans !

Les 50+ : un amalgame très hétérogène

De nombreuses études européennes, réalisées notamment pour le programme IST (Information Society Technologies), s'adressent à la catégorie des 50 ans et plus, dans laquelle elles identifient un nouveau segment de marché pour les industries et services de la société de l'information. Un rapport du réseau European Technology Assessment Network, publié en 1998, allait déjà dans le même sens. Quant à la Région wallonne, elle a commandé à trois centres de recherche des Universités de Namur, Liège et Bruxelles un rapport sur *L'appropriation des nouvelles technologies par les Wallons de 50 ans et plus*, qui a été publié en 2002.

La tranche d'âge 50+ est pourtant d'une grande hétérogénéité, bien plus encore que celle des 60+. On y trouve à la fois des personnes en pleine activité, des personnes en fin de carrière, des préretraités et des retraités, sans oublier toute la diversité des catégories sociales et des milieux culturels, qui déterminent largement les ressources matérielles et les res-

Tableau 1
Utilisateurs d'Internet en fonction de l'âge en Wallonie

Tranches d'âge	Pourcentage d'utilisateurs d'Internet	Parmi les utilisateurs: pourcentage d'utilisateurs quotidiens
15 à 21 ans	92%	54%
22 à 29 ans	75%	48%
30 à 44 ans	59%	49%
45 à 59 ans	39%	48%
60 à 64 ans	17%	63%
65 ans et plus	9%	41%

Source: AWT, Enquête "citoyens" 2002, <http://www.awt.be>

sources cognitives nécessaires. Les quinquagénaires d'aujourd'hui étaient des trentenaires lors des débuts de la microinformatique. Ils se sont familiarisés très jeunes avec la télématique bancaire; le traitement de texte fait partie de leur univers et la machine à écrire de leur musée. La diffusion d'Internet se situe pour eux dans la continuité des changements technologiques auxquels ils ont appris à s'adapter, bon gré mal gré. Les septuagénaires, en revanche, ont très peu travaillé dans des environnements professionnels marqués par les TIC, ils ont pour la plupart quitté la vie active lorsque les TIC s'y introduisaient massivement.

Les quinquagénaires d'aujourd'hui sont impliqués depuis vingt ans dans la diffusion accélérée des TIC sur les lieux de travail.

Les praticiens du marketing distinguent trois segments de marché parmi les 50+: la tranche 50-59, composée de consommateurs actifs et dynamiques; la tranche des 60-74, parfois dénommés "les libérés", qui n'ont plus d'activité professionnelle ni d'enfants à charge, mais qui ont des loisirs et gardent un bon pouvoir d'achat; la tranche des 75 à 84 ans, qualifiés de consommateurs paisibles.

Cette typologie est toutefois assez caricaturale, car elle ne prend en considération que l'âge, en négligeant d'autres facteurs très importants dans l'usage des TIC: les ressources financières et cognitives, la situation professionnelle passée et présente, la composition familiale et le degré de mobilité. La typologie génère des stéréotypes: on dira d'une personne de 75 ans qu'elle utilise Internet "malgré son âge" et d'un travailleur de 55 ans qu'il a des difficultés d'adaptation aux changements technologiques "à cause de son âge".

Dans les discours sur la société de l'information, l'âge est souvent associé à ses aspects négatifs (réflexes plus lents, diminution des capacités visuelles et de la mémoire, etc.), plutôt qu'à ses aspects positifs: l'expérience, le réseau de relations. Le monde des entreprises n'est pas en reste: combien de fois n'entend-on pas souligner les difficultés des travailleurs de plus de 50 ans à s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouveaux rythmes de travail? Et combien de fois employeurs et syndicats ne se sont-ils pas mis d'accord pour envoyer très tôt les quinquagénaires à la préretraite, sans envisager des systèmes progressifs de réduction de l'activité? Avec le résultat que l'on connaît: la Belgique connaît un des plus faibles taux d'activité des 55+ en Europe.

S'intéresser aux usages

L'étude réalisée pour la Région wallonne par les équipes universitaires de Namur, Liège et Bruxelles n'est pas dupe de l'ambiguïté de la catégorie des 50+. Elle a pris le parti de contourner la difficulté en s'intéressant à la diversité des usages des TIC et aux modes d'appropriation des TIC par les aînés.

Pour certaines technologies, comme le GSM, l'utilité attendue ou mesurée prend le pas sur la complexité. Pour l'ordinateur et Internet, l'utilité n'est pas à la mesure de la complexité et celle-ci reste un obstacle, que plusieurs facteurs peuvent aider à fran-



chir: l'expérience acquise dans le travail ou dans des loisirs actifs, les réseaux d'amis ou l'aide des enfants. Quand l'obstacle de la complexité est franchi, il n'y a pas de retour en arrière et la créativité est parfois surprenante.

La balance entre utilité et complexité est décisive pour la diffusion des TIC chez les aînés.

Les problèmes mentionnés par les seniors ne sont pas très différents de ceux rencontrés par les générations plus jeunes, mais ils prennent une importance plus grande pour les aînés: interfaces ou procédures de navigation trop compliquées, absence de manuels d'utilisation clairs et lisibles, obsolescence trop rapide des matériels et des logiciels.

Un marché prometteur, mais difficile à conquérir

L'étude IST Seniorwatch prend en considération trois types de marchés des biens et des services TIC pour les 50+. Le premier est celui des services accessibles par Internet: information, communication et transactions commerciales. Le deuxième est celui des applications des TIC dans le domaine de la santé des personnes âgées: contrôle et alarme à distance, télémédecine, technologies mobiles au service des soins à domicile. Le troisième est celui des technologies dites assistives, c'est-à-dire destinées à pallier des handicaps: difficultés visuelles, auditives, motrices et autres.

Ces marchés sont caractérisés par une discordance entre le potentiel technologique et la demande solvable. Les innovations technologiques sont nombreuses et souvent spectaculaires, mais ni les ressources des personnes âgées ni les budgets publics de la santé et de l'aide sociale ne sont en me-

sure de financer leur diffusion. Dans le domaine des services en ligne, publics ou privés, la diffusion est plus lente que dans les catégories d'âge plus jeunes, car l'apprentissage est plus progressif. Les seniors sont des consommateurs fiables, à condition d'emporter leur conviction sur l'utilité des innovations. De plus, l'effet de démonstration d'une minorité d'utilisateurs avancés a peu d'effet d'entraînement sur la majorité: l'ordinateur et Internet ne sont pas des produits de masse pour les seniors.

Internet, une nouvelle sociabilité pour les aînés

Pour les aînés, Internet n'est pas seulement un marché, c'est aussi une aventure, indissociable des activités sociales, culturelles et familiales: les relations avec les enfants et petits-enfants, l'appartenance à des associations, les hobbies, les loisirs, le besoin de s'informer et de communiquer.

Le cd-rom conçu par l'AWT pour familiariser les seniors avec l'informatique à travers un jeu associant grands-parents et petits-enfants a connu un succès dépassant toutes les prévisions. Les cours d'informatique des associations de seniors ne désemploient pas. Les sites web réalisés par des seniors et les clubs cyber-seniors se multiplient. Internet devient une occasion de créer des liens et de réaliser des activités en commun.

Dans ces conditions, la fracture numérique menace-t-elle les seniors? Comme nous l'avons précisé dans l'ouvrage *Internet et inégalités*, la fracture numérique ne se mesure pas au

nombre de connectés, mais aux discriminations qui peuvent s'instaurer entre ceux qui utilisent Internet et ceux qui ne l'utilisent pas. Pour les aînés, encore davantage que pour les plus jeunes, il est impératif de maintenir la diversité des canaux d'information et de communication, ainsi que les services de proximité. Internet ouvre de nouvelles possibilités, mais ne peut pas devenir une contrainte. Un article récent consacré aux seniors et à Internet (En Marche, 6/11/2003) se concluait ainsi: "Être connecté à Internet n'est pas une obligation, et si ce n'est pas votre tasse de thé, prenez du café".

- Delacharlerie A., *Seniors et TIC: quelques résultats des enquêtes AWT*, Actes

de la conférence *Seniors et TIC*, Gembloux, Novembre 2003 (www.awt.be)

- ETAN (European Technology Assessment Network), *Ageing population and technology*, European Commission, 1998.
- Empirica, *European Seniorwatch observatory and inventory*, European Commission, IST, 2002. (www.seniorwatch.de)
- Lobet-Maris C., Galand J.-M. (CITA/FUNDP), Pichault F., Durieux D. (LENTIC/ULg), Wilkin L. (GRISH/ULB), *L'appropriation des nouvelles technologies par les Wallons de 50 ans et plus*, Rapport DGTRE, 2002.
- PROMISE, *Promoting the information society for everyone*, European Commission, IST, 2002 (www.stakes.fi/promise)
- Vendramin P., Valenduc G., *Internet et inégalités*, Labor, Bruxelles, 2003.

Le retour des boutiques de sciences

Alors qu'on les croyait disparues, les boutiques de sciences sont de retour. Le plan d'action européen *Science et société* les mentionne parmi les bonnes pratiques destinées à rapprocher la science du grand public et la Commission européenne finance leur mise en réseau. Les boutiques de sciences réactivées constituent toutefois un assemblage assez disparate. On y trouve pêle-mêle quelques survivants des années 80, des réminiscences de boutiques universitaires, de nouveaux projets dans les pays candidats à l'Union européenne et des initiatives diverses appelées *community-based research* au Canada et aux États-Unis. Un petit détour par l'histoire des boutiques de sciences est nécessaire pour comprendre la situation.

Trois générations de boutiques de sciences

La première génération de boutiques de sciences est née aux Pays-Bas, de

façon informelle dès 1973 et sous une forme institutionnelle dans les universités à partir de 1977, sous l'impulsion du mouvement étudiant et de jeunes chercheurs. L'objectif de ces premières boutiques de sciences était de faire se rencontrer des groupes sociaux, porteurs de questions ou de problèmes à l'égard des sciences et des technologies, et des chercheurs soucieux d'ouvrir l'université sur la société. Le fonctionnement de ces boutiques reposait sur un travail de médiation: recevoir les demandes, voir dans quelle mesure les ressources de l'université pouvaient y apporter une réponse, mettre en contact les personnes ressources et les demandeurs, accompagner le traitement de la demande. Concrètement, la plupart des réponses étaient traitées par des étudiants dans le cadre de leurs travaux académiques, encadrés par des chercheurs volontaires pour collaborer avec la boutique. Ce "modèle hollandais" a essaimé dans d'autres pays



européens, mais il n'a jamais pu être transposé avec succès. Les boutiques de sciences qui se sont créées dans les années 80 en Allemagne, en Autriche, au Danemark et en France n'étaient pas directement liées aux universités, mais plutôt à des institutions publiques de recherche, à des centres culturels scientifiques ou au mouvement associatif. La plupart d'entre elles ont tantôt périclité, tantôt été absorbées par d'autres institutions.

De la demande sociale à l'offre de services

La deuxième génération est marquée par la professionnalisation de la fonction de médiation, à la fin des années 80. Cette période se caractérise par un épuisement du volontarisme initial et par la nécessité de stabiliser les initiatives qui pouvaient envisager une certaine pérennité. La notion de boutique, centrée sur le client et la demande sociale, cède le pas face à la notion de centre de conseil, basée sur une stratégie de l'offre de services, notamment aux Pays-Bas et en Allemagne. Forts de leur expérience d'interface avec les groupes sociaux, les centres de conseil se spécialisent dans certains domaines (le travail, l'environnement, le développement local, la santé). Le travail de médiation se professionnalise et change de nature. Dans certains cas, il consiste à gérer des centres de recherche thématiques, qui se distinguent de la plupart des centres de recherche universitaires par leur caractère pluridisciplinaire et leur collaboration prioritaire avec des groupes sociaux. Dans d'autres cas, il est intégré à la "troisième mission" des universités: le service à la collectivité. Telle est la situation au milieu des années 90: les boutiques de sciences ont quasiment disparu du paysage, mais leurs acquis ont été traduits sous d'autres formes institutionnelles. Le rapport sur les interfaces entre la recherche et la société, rédigé par la FTU en 1996 pour le

programme européen *Interfaces for Innovation*, prend acte de cette évolution.

L'émergence d'une troisième génération

La troisième génération a vu le jour avec la réapparition des boutiques de sciences dans le "Plan d'action science et société" lancé par la Commission européenne en 2001 – un peu à la surprise de ceux qui connaissent l'histoire des boutiques. Ce plan d'action accorde une importance renouvelée à la place des citoyens dans la gouver-

Les boutiques de sciences peuvent contribuer à rapprocher la science du public, c'est le souhait de la Commission européenne.

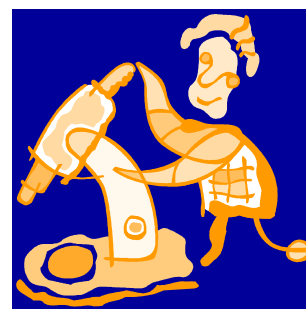
nance du système européen de recherche ; il suggère une série de lignes d'action susceptibles de rapprocher la science du grand public et d'instaurer une communication plus interactive entre les scientifiques et les citoyens. Le terme *Science shop* exerce toujours une certaine attractivité et la Commission européenne y a été sensible. Elle a soutenu financièrement la mise en réseau d'une série d'initiatives récentes émanant de milieux associatifs ou d'universités, visant à améliorer le dialogue entre les citoyens et le monde de la recherche. Trois projets européens (réseaux thématiques SCIPAS, ISSNET et INTERACTS) ont permis de donner une certaine visibilité à cette troisième génération, plus hétérogène que les deux premières.

A la base de ces nouveaux réseaux, on trouve des acteurs assez diversifiés. Les initiateurs sont d'une part, quelques boutiques de sciences réactivées dans des universités hollandaises, grâce à une nouvelle génération de chercheurs, et d'autre part, des institutions datant des années 80 dont l'activité "boutique" avait survécu car elle avait été intégrée dans une activité

principale plus stable et mieux financée: les boutiques de sciences de Bonn et de l'Institut technologique du Danemark, principalement. Des contacts ont été établis avec des programmes publics destinés à soutenir des activités de recherche ancrées dans les communautés locales (*community-based research*) au Canada et dans certains Etats des Etats-Unis. En Grande-Bretagne, la Nuffield Foundation a décidé de financer quelques projets pilotes dans des universités. Le principe des boutiques de sciences a aussi trouvé écho dans les pays d'Europe de l'Est, où les relations entre l'université et la société civile sont bien souvent un terrain vierge. Le rôle principal des réseaux soutenus par la Commission européenne est de favoriser l'éclosion de nouvelles initiatives locales, de comparer les contextes nationaux et régionaux et de faire émerger des "bonnes pratiques", selon la terminologie consacrée. Il ne s'agit pas de subventionner le fonctionnement des boutiques, ce qui laisse entier le problème récurrent de leur pérennité.

La notion de demande sociale, une ambiguïté récurrente

Les difficultés auxquelles sont confrontées les boutiques de troisième génération sont, elles aussi, récurrentes. C'est le cas de la notion de demande sociale à l'égard de la recherche, reformulée aujourd'hui autrement: demande de la société civile, demande des citoyens. L'expérience des deux premières générations montre que cette notion, séduisante en



théorie, est peu opérationnelle sur le terrain.

En effet, les demandes adressées aux scientifiques ne renvoient pas forcément ni directement à la recherche proprement dite. On y trouve à la fois des demandes de *vulgarisation ciblée*, des demandes d'*expertise* et des demandes de *recherche* proprement dite.

Une bonne partie des demandes de groupes de citoyens sont des demandes de vulgarisation ciblée, c'est-à-dire de mise à disposition de connaissances relatives à un domaine précis, sous une forme utilisable par les membres du groupe et dans un esprit de dialogue ouvert. La demande d'expertise se distingue de la vulgarisation en ce sens qu'elle concerne non pas la diffusion de connaissances,

Vulgarisation ciblée et expertise constituent l'essentiel des demandes. Les véritables thèmes de recherche sont plus rares.

mais bien l'application d'un savoir et d'une compétence à une situation particulière, que ce soit dans le domaine technique, juridique, médical ou autre. L'expertise requiert un autre type de communication, liée à l'échange d'informations précises, relatives à l'analyse d'un problème concret et à la formulation de diagnostics ou de conseils, voire à l'intervention dans une procédure juridique ou administrative. Finalement, seule une petite partie des demandes des groupes sociaux sont adressées à la recherche proprement dite, au sens où elles nécessitent l'élaboration de connaissances scientifiques ou la mise au point de méthodes qui ne sont pas disponibles telles quelles.

Une perception trop naïve de la demande sociale est bien souvent une cause de l'épuisement rapide des

boutiques de sciences. Les promoteurs de la troisième génération ne s'y trompent pas, quand ils se réfèrent plutôt à la notion de *community-based research*, qui décrit un processus d'interaction entre des chercheurs et des acteurs de terrain.

D'autres formes de dialogue entre recherche et société civile

La troisième génération des boutiques de sciences est confrontée à un contexte très différent des deux premières au niveau des relations entre le monde de la recherche et la société civile. Au cours des dix ou quinze dernières années, de nombreuses formes de dialogue ont été mises en place, notamment à l'initiative des institutions d'évaluation des choix technologiques, qui ont multiplié les méthodes de participation du public: conférences de consensus, ateliers de scénarios, panels de citoyens, ateliers de prospective, auditions d'acteurs de terrain, etc. De plus, les universités se sont considérablement ouvertes au monde social. Une conférence organisée en juin 2003 par la Commission

européenne, ainsi qu'un rapport rédigé par l'institut allemand IFOK, ont permis de faire le point sur cette question. La question de la communication entre chercheurs et citoyens s'est élargie, elle porte non seulement sur la diffusion des connaissances et la maîtrise des technologies, mais aussi sur les choix et les décisions en matière de recherche. Néanmoins, il y a encore beaucoup à construire dans ce domaine et la pierre apportée par les nouvelles boutiques de sciences ne sera peut-être pas superflue.

- ISSNET (Improving science shops networking), successeur de SCIPAS, et bulletin *Living Knowledge*: www.scienceshops.org
- INTERACTS (Improving interaction between NGOs, science shops and universities) (<http://members.chello.at/wilawien/interacts/main.html>)
- IFOK, *Governance of the European Research Area: the role of civil society*, European Commission, 2003 (www.ifok.de)
- Valenduc G., Vendramin P., *Construire un pont entre les programmes de recherche et les besoins de la société*, Rapport VALUE / Interfaces for innovation, 1996.

Succès et infortunes du télétravail

Le télétravail est depuis longtemps proposé comme une solution à des problèmes de gestion de l'espace et du temps. En termes de gestion de l'espace, le télétravail a connu plus d'une décennie de politiques publiques visant à tirer profit des progrès des technologies de l'information



et de la communication (TIC) pour redistribuer le travail en faveur des régions désertées par les investisseurs. Le travail à domicile, les téléc centres publics ou semi-publics, les bureaux satellites ont d'abord été conçus comme des moyens permettant d'apporter du travail là où il manquait le plus. La Commission européenne a soutenu de nombreuses initiatives partout en Europe mais les résultats ont été en deçà des espérances. La congestion du trafic et la pollution atmosphérique sont également présentes dans les premiers débats sur le télétravail et les premières expériences pilotes. C'est toutefois à la fin des années 90 seulement que la mobilité

devient un véritable enjeu associé au télétravail. L'accroissement des problèmes de mobilité et des nuisances environnementales a amené de nombreux partenaires à s'intéresser de plus près au télétravail. Quant à la gestion de l'espace bureau, elle a toujours été présentée comme un argument économique favorable sans pour autant acquérir un caractère vraiment décisif dans les décisions.

C'est autour de la gestion du temps que le mythe du télétravail a été le plus florissant. Il fut longtemps prôné comme la solution idéale pour les mères de famille actives, bien que les quelques expériences aient démontré que la solution n'était pas si évidente. Meilleure gestion du temps, meilleure conciliation des vies professionnelles et privées, gain de temps sur les transports, le télétravail a abondamment été présenté comme l'interface providentielle entre une vie professionnelle et une vie hors travail de qualité. De nombreux candidats (et surtout candidates) au télétravail se sont avancés

sans rencontrer une offre véritable. C'est que pendant tout ce temps, les employeurs sont restés extrêmement frileux par rapport au télétravail, hormis les entreprises informatiques et de télécommunications qui y voyaient de nombreux débouchés.

L'intérêt pour le télétravail est cependant constant depuis une quinzaine d'années, avec des successions d'embellies et d'éclipses, plus ou moins longues. Il s'agit d'un concept tenace qui finit par se concrétiser avec davantage de diversité que le mythe originel. Le télétravail s'est imposé comme un dispositif d'organisation flexible du travail, à côté et au même titre que d'autres dispositifs organisationnels. Il s'agit d'une relative révolution copernicienne dans l'approche du télétravail, qui a longtemps été caractérisée par le fait d'aborder la question par la technologie, c'est-à-dire de rechercher les problèmes auxquels une donne technologique pouvait apporter des réponses. Or, c'est en questionnant les changements

dans le travail que la donne technologique devient pertinente et avec elle la question du télétravail. Ce sont autant les contraintes et les opportunités liées à l'organisation du travail qu'une offre technologique améliorée

Dans de nombreuses activités informationnelles, le télétravail est devenu au salarié ce que la prose est à Monsieur Jourdain: il en fait sans le savoir.

qui accompagnent l'expansion et la diversification du télétravail.

Organisation flexible et technologie sont, de manière indissociable, le véritable terreau du télétravail. Ce dernier s'est en effet mis en place à plus grande échelle dans des entreprises et pour des salariés occupés dans des activités informationnelles et dans des organisations flexibles, réclamant beaucoup de réactivité et de disponibilité mais accordant aussi une large autonomie dans la gestion du travail.

Le télétravail en Belgique

Enquête Alcatel réalisée par InSites Consulting sur le télétravail salarié (2002)

- 26% des entreprises (>10 travailleurs) ont recours au télétravail.
- 10% des employés pratiquent le télétravail occasionnellement ou régulièrement, mais rarement plus d'un mi-temps par semaine en moyenne (soit 150 000 télétravailleurs sur une population "potentielle" de 1 500 000), souvent à domicile (56%).
- Il s'agit de travailleurs intellectuels, masculins, plus âgés que la moyenne (1/3 sont dans des métiers des TIC). Plus d'1/3 des employés payent eux-mêmes le matériel et la connexion Internet.
- 80% des employés qui ne télétravaillent pas souhaiteraient pouvoir le faire.
- Premier facteur incitant: diminuer la durée des transports.

Enquête KUL/Pericenter en Flandre (2002)

- Enquête menée auprès des utilisateurs d'Internet sur le télétravail salarié (<http://www.tijdvoortelewerk.be>) .
- 22% des utilisateurs d'Internet pratiquent le télétravail au moins occasionnellement: mois d'un quart-temps pour 54% d'entre eux, moins d'un mi-temps pour 75%.
- 80% des non-télétravailleurs sont intéressés par la formule, mais seulement la moitié d'entre eux sont convaincus que c'est possible (contenu du travail / organisation de l'entreprise).
- Premier facteur incitant: diminuer la durée des transports (pour plus de 50%, à cause des bouchons), travailler moins loin de chez soi.

Enquête AWT citoyens (2002)

- Le télétravail concerne 7% de la population active (10% des employés, 5% des fonctionnaires), comme en 2001.
- Télétravail occasionnel dans 50% des cas, 1 jour par semaine dans 25% des cas.
- Pour 58% de ces télétravailleurs, les prestations à domicile ne sont pas comptabilisées dans le temps de travail. 50% d'entre eux doivent prendre en charge la totalité des coûts.

Enquête AWT PME (2002)

- 13.4% des entreprises ayant un accès à Internet autorisent la pratique du télétravail (4% en 2001), 6.8% le projettent.
- Principaux secteurs concernés: services aux entreprises, consultance, immobilier, TIC, tourisme et voyage, chimie, édition.

Dans les entreprises où il est le plus fréquent, il n'a pas fallu convaincre les dirigeants, ni les employés, la pratique du télétravail s'est imposée comme un mode de fonctionnement apportant une flexibilité réciproque. Il se caractérise surtout par son caractère informel, au jour le jour, en fonction des besoins. Finalement, dans de nombreuses activités informationnelles, le télétravail est devenu au salarié ce que la prose est à Monsieur Jourdain.

Ce télétravail informel est celui qui a gagné le plus d'adeptes. Il concerne d'abord un public masculin, intellectuel, plus âgé que la moyenne et souvent occupé dans le secteur des TIC. Diverses enquêtes réalisées en Belgique confirment cette tendance (cfr encadré). Si le télétravail est plus largement répandu dans le secteur TIC, ce n'est pas seulement parce que la technologie est au cœur du métier, c'est aussi parce que l'organisation du travail y est très flexible et exige beau-



coup de réactivité. Le travail s'organise par projet, avec pas mal d'autonomie mais aussi avec des délais et des requêtes des clients qui demandent une grande disponibilité. Néanmoins, dans les situations de télétravail informel, ce dernier a souvent pour effet d'augmenter le temps de travail, il permet de clôturer un dossier ou de résoudre un problème le soir ou le week-end. Il s'agit plus rarement d'un temps de substitution, c'est-à-dire travailler une journée chez soi au lieu de se déplacer vers le bureau. Si l'on peut parler d'expansion

du télétravail aujourd'hui, c'est surtout ce télétravail informel et alterné qui est venu grossir les chiffres, avec celui des "e-lancers", les freelances proposant des services en partie ou totalement à distance.

Quant au télétravail formel salarié,

Si l'on peut parler d'expansion du télétravail aujourd'hui, c'est surtout le télétravail informel et alterné qui est venu grossir les chiffres.

c'est-à-dire celui qui fait l'objet d'accords collectifs et qui consiste en un véritable temps de travail de substitution, comme travailler un ou deux jours par semaine au domicile ou dans un bureau satellite et trois ou quatre jours au bureau, il reste encore marginal, même s'il a fait récemment une percée modeste dans certaines grandes entreprises.

De nouveaux arguments viennent petit à petit convaincre des directeurs de ressources humaines, comme l'effet positif sur la productivité (il apparaît souvent que le temps gagné sur les transports est consacré pour moitié au travail); la possibilité de rétention de personnel qualifié; l'élargissement des zones de recrutement. Le contrôle et la confiance restent cependant des facteurs déterminants dans les décisions. Selon la dernière étude ULB/HIVA, "mériter la confiance de son employeur" est essentiel pour travailler à distance. Notons que côté employé, l'intérêt pour le télétravail ne fléchit pas; une majorité se déclare toujours intéressée par le télétravail, sous différentes formes: alterné, occasionnel, en télécentres ou bureau satellite. Le télétravail permanent est moins plébiscité.

Une convergence de facteurs favorables pourrait permettre de lever certaines réticences des employeurs et de donner une impulsion décisive au

télétravail. Ces facteurs concernent autant les modes d'organisation des entreprises que l'offre technologique. Cette dernière semble avoir atteint un seuil de développement qui élimine de nombreuses barrières (coûts de l'équipement, accès à haut débit, sécurité, etc.). L'évolution des modes d'organisation prend également des voies favorables au télétravail: la transformation des rythmes de travail, les problèmes croissants de gestion du temps, l'extension du travail par projet et de l'autonomie dans le travail, le développement de modes de travail qui sont des hybrides du travail salarié et du travail indépendant. L'acuité des problèmes de mobilité apporte également sa pierre à l'édifice du télétravail. Toutefois, l'écart entre l'offre et la demande de télétravail est encore tel que la modération reste de mise sur cette question récurrente.

- Enquête Alcatel
<http://www.alcatel.be/teletravail>
- Enquêtes citoyens et PME de l'Agence Wallonne des Télécommunications, 2002
<http://www.awt.be>
- Vandenbrande T., Pauwels F., Maenen S. (HIVA/KUL) Valayer C., Van Binst P. (ULB), *Uitgevoerd op afstand, onderzoek naar de verspreiding, voorwaarden en implicaties van telewerk*, Service fédéral de programmation de la politique scientifique, Novembre 2003.

Fondation Travail - Université ASBL

Centre de recherche Travail & Technologies
Rue de l'Arsenal 5, B-5000 Namur
Tél. 081-725122 - fax : 081-725128
E-mail : pvendramin@ftu-namur.org
<http://www.ftu-namur.org>

Conception, rédaction et mise en pages :
Patricia Vendramin, Gérard Valenduc

Avec le soutien de la Région wallonne
Direction générale de la recherche et de la technologie



Editeur responsable : G. Valenduc

Imprimé par Deneff SPRL, Louvain-la-Neuve