

## ANALYSE

# L'innovation est sociale avant d'être numérique

Le caractère innovant d'un projet, même lorsqu'il intègre une forte composante technologique, repose d'abord sur une multitude de critères sociaux. Démonstration à travers les réflexions de l'Institut Jean-Baptiste Godin et l'exemple de Reconnect, service de « cloud solidaire ».

**R**econnect est un « coffre-fort numérique » pour les sans-abri. L'enjeu, plus crucial qu'il n'y paraît, est d'abord de leur permettre de conserver leurs documents d'identité et autres pièces essentielles au chaud dans des serveurs informatiques, accessibles de partout sous forme digitale *via* les bons identifiants. Plus de papiers égarés au fil des rues et des campings de fortune. Mais au-delà du besoin premier, ce « cloud solidaire » sécurise les liens des personnes sans domicile fixe avec les travailleurs sociaux et l'administration. *« Pour les personnes vivant dans la rue, la perte des documents officiels signifie l'arrêt de l'accès à leurs droits. C'est un facteur d'exclusion supplémentaire, souligne l'un des deux ingénieurs à l'origine du projet, Vincent Dallongeville. Par ailleurs, c'est aussi un poids considérable pour les travailleurs sociaux et les accompagnants, qui peuvent consacrer jusqu'à 30 % de leur temps, plus d'un jour par semaine, à refaire les papiers perdus ! »*

On se dit immédiatement : voilà une innovation technologique qui tient

essentiellement à la plateforme de stockage et de partage sécurisée, spécialement conçue pour faciliter les démarches d'accompagnement des personnes en grande précarité. Mais peut-on séparer l'outil de ses usages, de la motivation et du processus qui les a rendus et les rend aujourd'hui possibles ? Se focaliser sur la plateforme sans envisager son contexte, n'est-ce pas comme regarder le doigt qui montre la lune au lieu de se concentrer sur le satellite lui-même, là-haut dans le firmament ?

## IL NE SUFFIT PAS D'ÊTRE NOUVEAU ET NUMÉRIQUE POUR ÊTRE INNOVANT

*« L'innovation ne tient pas forcément à la nouveauté, comme on l'entend trop souvent »,* explique Nicolas Chochoy, docteur en sciences économiques et directeur de l'Institut Jean-Baptiste Godin, centre de transfert en pratiques solidaires et innovation sociale. Selon lui, l'innovation *« a plus à voir avec l'idée de transformation »*. Elle repose moins

sur la nouveauté *stricto sensu* que sur quatre dimensions : un contexte, un processus, un résultat et une diffusion<sup>2</sup>.

Reprenons, sous ce regard, l'exemple de Reconnect. L'aspect novateur de l'initiative semble venir de la technique utilisée, dans l'air du temps. Sauf que le stockage des données dans des serveurs n'a en lui-même strictement rien d'innovant. Les opérateurs de télécommunication le proposent depuis bien longtemps aux entreprises. Et c'est dès septembre 2008 que le Californien Dropbox a lancé son service de stockage et de partage de fichiers à destination du grand public. Bref, affubler un projet du séduisant qualificatif de « numérique » ne peut suffire à le rendre innovant.

## LE CONTEXTE ET LE PROCESSUS, CLÉS DE TOUTE INNOVATION

*« Qu'elle soit technologique, sociale, organisationnelle, marketing ou je ne sais quoi encore, toute innovation émerge d'un contexte spécifique »,* dit Nicolas Chochoy. Or les deux ingénieurs à l'origine

de Reconnect racontent volontiers comment l'idée d'un *cloud* solidaire est née dans leur esprit alors qu'ils s'occupaient d'un projet de lutte contre l'étranger à la gare du Nord de Paris pour le groupe SOS Solidarités. C'est parce qu'ils baignaient dans l'univers des maraudes et de l'accompagnement des sans-abri qu'ils ont eu la vision de cette innovation. De plus, son « processus » de constitution, deuxième sésame de toute innovation selon Nicolas Chochoy, s'est lui aussi mis en place dans ce monde des pratiques solidaires : « *Nous avons d'abord testé des sortes de "drive", des coffres-forts numériques que l'on mettait à disposition dans des structures sociales, explique Vincent Dallongeville. Nous sommes partis de ce qui ne fonctionnait pas. Nous avons organisé des ateliers avec les travailleurs sociaux, confronté nos idées et, de fil en aiguille, trouvé des clés. Nous avons construit notre outil en l'évaluant et en le perfectionnant progressivement. Puis nous avons fait appel à un prestataire pour développer le code.* »

Aucune innovation ne tombe toute cuite de quelque ciel, numérique ou autre. L'étincelle naît certes d'une situation, en l'occurrence chez Reconnect d'un environnement social où étaient investis deux ingénieurs ayant en effet des compétences technologiques. Mais, comme ils le disent eux-mêmes, le code est venu après les essais et erreurs sur le terrain. C'est grâce à une incubation et aux multiples échanges avec les acteurs et les bénéficiaires concernés que ce service a été lancé en septembre 2015, puis qu'il a été expérimenté à grande échelle, entre janvier et mars 2016, dans les gymnases utilisés par les travailleurs sociaux dans le cadre du Plan grand froid de la mairie de Paris. Ce qui l'a encore fait évoluer.

### L'IMPORTANCE DE L'INSCRIPTION DANS UN TERRITOIRE

Le « résultat », troisième clé d'innovation, ne peut se résumer ici à un simple service de stockage de données. Au

## Le numérique peut donner à chacun de meilleures cartes, mais ne change pas de façon fondamentale les règles du jeu social.

cœur du dispositif, les divers centres d'accueil, d'hébergement ou de réinsertion deviennent des « relais Reconnect » avec juste une connexion Internet, un ordinateur, un scanner ou un appareil photo. Surtout, chaque ouverture de compte se déroule dans le contexte d'un accompagnement social, rendu plus fluide et efficace dès lors que le relais se déleste d'une grande part des démarches administratives. C'est le bénéficiaire qui décide du droit ou non d'accéder à ses informations. Il garde même son compte s'il change de relais. Mais, en pratique, le coffre-fort renforce fortement la relation entre le travailleur social, auparavant formé à l'usage du service, et la personne sans domicile fixe, initiée quant à elle à l'outil par ce même accompagnant.

« *L'innovation sociale est différente de l'innovation technologique car elle est située : elle s'inscrit dans un territoire* », explique Nicolas Chochoy. Si le coffre-fort numérique est accessible de partout, sans contrainte géographique, chaque relais en adapte les modalités d'usage à la réalité de son propre terrain. C'est le travailleur social, en fonction de la situation et de ses impératifs, qui choisit comment simuler les droits auxquels sont éligibles les sans-abri inscrits sur la plateforme. C'est lui, aussi, qui décide ou non d'utiliser les

SMS pour leur rappeler leurs rendez-vous administratifs, ainsi que la possibilité, l'intérêt ou non de maintenir un lien avec eux *via* une messagerie instantanée. Le relais peut également alimenter le compte des utilisateurs en informations et s'assurer que ceux qui ont droit à des prestations en font bien la demande. Systématiquement, l'innovation fait donc l'objet d'une « traduction » circonstanciée, effectuée par chaque structure sociale qui achète une licence d'utilisation annuelle du service à Reconnect.

Enfin, dans notre exemple comme pour beaucoup d'associations, la quatrième clé de l'innovation, à savoir sa « diffusion », ne se décline pas au travers des stricts mécanismes du marché *via* l'accès direct à un client qui paierait systématiquement une même somme d'argent pour une prestation donnée. Les sans-abri, bénéficiaires attirés du service, ne payent rien. Ce sont les structures sociales qui règlent la note, qui plus est variable selon leur dotation financière. Au contraire de ce type d'innovation sociale, la majorité des innovations technologiques utilise le marché comme vecteur de diffusion et de mesure de leur impact. Il y a une certaine facilité à évaluer la diffusion par la taille du marché atteint : plus ça se vend, plus ça se diffuse. Mais cette forme d'évaluation ignore les gains non monétaires, de l'ordre de la réputation ou de la transmission de connaissances. Elle oublie les relations de réciprocité, les dons et les contre-dons, le bouche-à-oreille, mais aussi la pluralité des mécanismes de délégation, de subvention, voire de redistribution. Bref, elle efface le contexte et la complexité des relations sociales au sein desquelles toute innovation s'inscrit, quelle que soit sa nature.

### L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE EST-ELLE UN LEURRE ?

En poussant la réflexion, on pourrait presque affirmer que l'innovation technologique n'existe pas. Et que l'innova-

tion ne peut être que sociale : marketing ou bien culturelle ; d'ordre marchand ou, à l'inverse, non lucrative. Question de paire de lunettes.

## N'est-ce pas tricher que d'évaluer une innovation uniquement par la taille du marché qu'elle permet d'atteindre ?

Quel a été, pour prendre cet exemple paroxysmique, le sésame de la fabuleuse percée du moteur de recherche Google, symbole par excellence de l'innovation technologique ? À sa source, il y a bien un logiciel, le dénommé PageRank, testé dès août 1996 sur le site Web de l'université Stanford en Californie. Le moteur se sert de la récurrence du mot de chaque requête. Mais la grande originalité de cette invention qu'est PageRank est de prendre comme modèle les logiques de reconnaissance du monde universitaire : chaque lien hypertexte est assimilé à une citation, en quelque sorte à un vote qui prend d'autant plus de valeur qu'il émane d'une source déjà reconnue. Autre choix déterminant, d'ordre social lui aussi : l'accès au moteur est totalement gratuit. Plus il y a de personnes qui l'utilisent – il est vrai de façon individualiste, sans aucune collaboration –, plus il prend de la valeur. Ce que l'économiste Yann Moulier Boutang met en scène par la métaphore de la ruche : les internautes

sont comme des abeilles qui, en acquérant et en « pollinisant » librement leurs connaissances, permettent à l'apiculteur Google de récolter leur miel<sup>3</sup>. Fait notable : Google n'a créé sa régie publicitaire qu'en octobre 2000, plus de quatre ans après avoir lancé le moteur. Et là, pour le coup, ses AdWords représentent une vraie innovation marketing – sans rien de technologique ! Car ce ne sont pas des espaces de pub classiques qui sont vendus en fonction d'une audience, mais des mots qui sont proposés aux enchères des marques. Mots payés, d'ailleurs, qui n'apparaissent jamais sur la première page de requête et sont strictement séparés des résultats de la recherche.

### LE NUMÉRIQUE POUR ENRICHIR LES DISPOSITIFS D'INNOVATION SOCIALE

Comme le dit Denis Pansu, coordinateur de la Fondation Afnic pour la solidarité numérique, « *le principal apport du numérique est l'accès plus facile, direct et dynamique à l'information, en tant que donnée ou via le contact avec des tiers. D'où son rôle majeur pour permettre à toutes les personnes en situation de précarité de profiter enfin des aides auxquelles elles ont droit et, au-delà, pour renforcer tous nos mécanismes de solidarité.* » Cette question cruciale de l'accès témoigne en vérité de la capacité du numérique à enrichir le contexte de chaque action bien plus qu'à être lui-même l'alpha et l'oméga de toute innovation. Bien conçu et mis en place afin d'encourager la libre appropriation sur le terrain, le numérique donne potentiellement à chacun de meilleures cartes. Mais il ne change pas fondamentalement la nature du jeu, qui reste de l'ordre de la solidarité dans les cas de Reconnect ou de l'application Entourage<sup>4</sup>. Il alimente, voire crée des cultures au sens

de pratiques nouvelles. Mais gare aux contresens : grâce à leurs imprimantes 3D, les fablabs démocratisent et surtout réinventent les ateliers de bricolage plus qu'ils ne créent *ex nihilo* une industrie ou un domaine d'activité. Autre limite : les réseaux sociaux, les multiples plateformes collaboratives et leurs algorithmes ont tendance à rapprocher des gens qui, s'ils ne se connaissent pas *a priori*, partagent des goûts, des motivations et des valeurs proches. Il ne faut pas attendre d'eux le miracle de la mixité sociale, qui suppose une volonté au-delà de la seule connexion numérique. C'est bel et bien ce qu'a compris l'association Sew&Laine avec son projet de Tricodeur : le *hacking* d'une machine à coudre, mêlant le numérique et ses imprimantes 3D avec le tricotage de grand-mère dans des ateliers intergénérationnels qui s'organisent à l'ancienne, *in situ*.

Depuis au moins une génération, les nouvelles technologies sont devenues le prisme sous lequel tous observent et auscultent les innovations de notre temps. C'est la justesse de cette paire de lunettes, combinée le plus souvent avec une mesure uniquement de l'ordre de la rentabilité financière, que l'Institut Jean-Baptiste Godin interroge grâce à ses « marqueurs de l'innovation sociale<sup>5</sup> ». Ressources utilisées, mais aussi et surtout place des bénéficiaires, nature et type d'intervention du collectif, positionnement de la recherche, gouvernance, ancrage territorial, logiques de service et d'accessibilité, rupture avec l'existant et capacité de changement social : ces onze critères, il est vrai difficiles à appréhender, remettent de la complexité humaine dans notre regard sur des innovations qui, d'une certaine façon, sont toujours plurielles... et sociales.

Ariel Kyrou

1. Lire dans solidarum.org l'article « Reconnect, un "cloud solidaire" pour les sans-abri ».  
2. Voir dans solidarum.org la vidéo

« Nicolas Chochoy : l'innovation sociale ».  
3. Yann Moulier Boutang, *L'Abéille et l'économiste*, Carnets Nord, 2010 ; et l'article « Une petite histoire de

Google » sur le site culturemobile.net.  
4. Lire l'article « Un entourage bienveillant des personnes sans abri », page 40 de la présente revue.

5. Institut Jean-Baptiste Godin, « Les marqueurs d'innovation sociale. Outil collectif d'analyse des éléments porteurs d'innovation sociale », novembre 2015.



# SOLIDARUM

Base de connaissances pour  
l'invention sociale et solidaire

Cet article en format PDF est directement tiré de ***Visions solidaires pour demain***, revue papier annuelle dont l'objet est de réfléchir à ce qu'est, et ce que pourrait être dans le futur, la solidarité sociale. Ce fichier PDF est accessible au sein de la base de connaissances ***Solidarum***, plateforme en ligne, gratuite et évolutive, qui propose à la consultation et au téléchargement des médias vidéo, texte, son et image : des visions et reportages créés spécifiquement pour elle, en *Creative Commons*.

***Solidarum*** et ***Visions solidaires pour demain*** sont édités par la Fondation Cognacq-Jay et réalisés par une rédaction autonome dédiée, avec l'appui d'un comité éditorial composé en majorité de personnalités extérieures à la Fondation.

[www.solidarum.org](http://www.solidarum.org)