



HAL
open science

L'usage du téléphone portable par les personnes en situation précaire : dans quelle mesure la pratique du téléphone mobile et du smartphone aide-t-elle à maintenir les liens sociaux ?

Angélique Appavou

► To cite this version:

Angélique Appavou. L'usage du téléphone portable par les personnes en situation précaire : dans quelle mesure la pratique du téléphone mobile et du smartphone aide-t-elle à maintenir les liens sociaux ?. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03272401

HAL Id: dumas-03272401

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03272401>

Submitted on 28 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Marque

Option : Marque, communication et numérique

L'usage du téléphone portable par les personnes en situation précaire

Dans quelle mesure la pratique du téléphone mobile et du
smartphone aide-t-elle à maintenir les liens sociaux ?

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Sophie Corbillé

Nom, prénom : APPAVOU Angélique

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 13/11/2020

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

La réalisation de ce mémoire n'aurait pas existé sans le concours précieux d'un certain nombre de personnes de mon entourage et de mon école. Parmi elles, je tiens à remercier Madame Sophie Corbillé et Monsieur Quentin Delobelle, mes rapporteurs universitaire et professionnel qui m'ont accompagnée dans mon travail de recherche et de rédaction ; mes professeurs et intervenants du Celsa, dont parmi eux Madame Emmanuelle Fantin, directrice de ma formation, qui ont su transmettre avec bienveillance à leurs étudiants leur passion des sciences de la communication ; l'antenne du Secours Catholique de la commune de Saint-Gratien et en particulier ses « accueillis » qui ont accepté de répondre à mes questions et l'équipe de maraude des Restos du Cœur basée à Eragny-sur-Oise qui m'a accordé sa confiance dans ses tournées nocturnes. J'adresse, par ailleurs, ma gratitude à Monsieur Christian Page, ancien SDF, qui a si gentiment accepté d'échanger avec moi par téléphone.

Mes remerciements vont également, et de toute évidence, à ma famille, mes amis et mon compagnon David dont le soutien indéfectible m'ont permis de garder le cap tout au long de ce travail.

Enfin, je dédie ce mémoire à la communauté des sans-abris, synonyme pour moi de solidarité et de courage face aux conditions difficiles de la rue et aux adversités de la vie.

SOMMAIRE

Remerciements	2
Introduction	5
Première partie : Le téléphone portable, outil intégrant.....	11
A - Numérotation ou comment la maîtrise du téléphone mobile s'intègre dans la construction sociale de l'individu.....	11
1 Prise en main	13
2 Faire le lien	15
3 La fabrique des identités	18
4 Une hygiène socio-numérique	25
5 En chœur	27
6 En solo	29
B – Le maintien des liens sociaux	31
1 Les liens familiaux	31
2 Les liens amicaux	34
3 Les liens avec les travailleurs sociaux et les associations	38
Conclusion de la première partie	40
Deuxième partie : le marketing digital adressé aux personnes précaires	41
A - La consommation au travers du téléphone en tant que moyen de socialisation.....	42
1 Les plateformes de consommation collaboratives.....	43
2 Les personnes pauvres : une cible stratégique ?.....	48
B – Une marque digitale peut-elle être inclusive ?.....	52
1 Internet ou la société de l'information.....	54
2 Intégration à la société de consommation et lutte contre la précarité.....	55
3 L'E-Administration, un engagement citoyen.....	56

Conclusion de la deuxième partie.....	57
Conclusion générale.....	59
Bibliographie.....	63
Annexes.....	69
Entretiens avec les bénéficiaires du Secours Catholique.....	72
Entretien téléphonique avec Christian Page.....	85
Résumé et mots-clés.....	91

« L'enfer, c'est les autres, écrivait Sartre. Je suis intimement convaincu du contraire.

L'enfer, c'est soi-même coupé des autres. »

Abbé Pierre (1912 – 2007)

Introduction

Lors de mes activités bénévoles au sein du Secours Catholique et des Restos du Cœur, j'ai été interpellée par le fait que la plupart des personnes aidées possédaient des téléphones portables et des smartphones. On pourrait supposer facilement que des personnes en situation de précarité, voire de grande précarité, n'accèdent pas à ce type d'outil informationnel pour des questions budgétaires ou de savoir-faire. Dans une société et une époque où la question de la fracture numérique fait l'objet de discussions, j'ai voulu savoir de quelle manière des personnes dans le besoin pouvait acquérir et utiliser ces outils de communication, et comment elles pouvaient en faire un atout dans leur quotidien.

Le terme de « fracture numérique » (ou « digital divide »¹ en anglais) fait son apparition dans les années 1990, lorsque les foyers des pays économiquement développés commencent à s'équiper en matériel informatique. Cette notion s'inspire directement de celle de la « fracture sociale », apparue à la même époque. Des disparités voient alors le jour, notamment entre les familles pauvres et les familles de classe moyenne à aisée. Il faut savoir qu'en 1997, l'équipement en ordinateur en France représente 10% des foyers les plus modestes contre 35% des foyers les plus aisés². Ces dernières, ayant des moyens financiers suffisants, se voient accéder à un certain nombre d'informations grâce à leurs nouveaux équipements technologiques. L'apparition de l'internet chez les particuliers dans les années 2000 accélère le processus et les familles pauvres qui n'ont toujours pas les moyens de s'équiper, se retrouvent à la marge d'une société de plus en plus développée sur les plans technologique et informationnel. En 2010, la connexion à internet représente 51% des ménages les plus modestes contre 80% des foyers les plus aisés². Ces différences alertent les autorités dans la mesure où

¹ L'expression « digital divide » aurait été évoquée pour la première fois en 1995 par Austin Long-Scott, un afro-américain de l'université de San Francisco.

² Source INSEE : Equipement des ménages 1996 - 2016

« la redistribution sociale des richesses, la solidarité et les rapports humains passeraient désormais par les télécommunications »³. Sociologues, géo-politologues, instituts d'études démographiques et autres acteurs sociaux s'attèlent à mesurer l'ampleur du phénomène et pointent du doigt l'exclusion numérique qu'il provoque et la fragilisation de la justice sociale qui en découle.

Cette notion d'accessibilité aux nouvelles technologies de l'information et de la communication engendre la notion de la maîtrise de l'outil technologique en elle-même, autrement appelée « littératie numérique ». Cet objet de recherche propre à notre époque a suscité la curiosité de nombreux chercheurs : la docteure en sociologie Irène Bastard, pour exemple, constate que l'apprentissage des réseaux sociaux se fait par le biais de la famille dans les milieux populaires, avec des systèmes de surveillance (frères, sœurs, cousins, cousines...) pour aboutir ensuite à une autonomisation⁴. Pour la maîtresse de conférences Laurence Allard, la maîtrise du téléphone portable et ses pratiques constituent une culture traduite par une certaine convergence issue de l'homogénéisation des pratiques.⁵ Ces exemples ne représentent qu'un infime échantillon de ce qui a pu être observé autour de ce sujet et que nous développerons par la suite.

Les personnes possédant du matériel informatique et/ou des téléphones portables se forment continuellement à leur usage au cours de leur pratique et suivent le développement des supports et leurs contenus (logiciels, applications, internet). De nouvelles « compétences numériques » font leurs apparitions et les technologies de l'information et de la communication évoluent rapidement afin de répondre au mieux aux besoins des utilisateurs. Ces nouveaux savoir-faire creusent un peu plus l'inégalité entre les personnes équipées et non-équipées en outils technologiques.

Pour en revenir aux personnes en situation de pauvreté, une étude menée en France par une association en 2018⁶ et rendue publique en septembre 2019 révèle que sur un échantillon de 285 individus, 91% des personnes sans-abri (dont la définition inclut les personnes sans logement, en situation de logement précaire ou inadéquat) interrogés par le biais d'associations et de travailleurs sociaux, possèdent un téléphone mobile et 71% un smartphone. Cette étude nommée « Précarité connectée » est la première dans son genre à s'intéresser aux rapports que les personnes sans-abri entretiennent avec le numérique, ceci dans la visée du programme

³ Casilli, Antonio, 2014, *Fracture numérique – Dictionnaire des inégalités*, Armand Colin p.172-173

⁴ Bastard, Irène, 2018, *Classes populaires en ligne*, La Découverte, « Réseaux » n°208-209

⁵ Allard, Laurence, 2007, *Emergence des cultures expressive, d'internet au mobile*, Médiamorphoses

⁶ Solinum. 2019, *Les sans-abri et le numérique : Équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018*.

gouvernemental « Action Publique 2022 » qui prévoit le passage au tout numérique des administrations publiques. Bien que ces chiffres ne soient pas représentatifs de la France entière, cette étude donne déjà un aperçu du niveau d'équipement en téléphone mobile et smartphone des personnes en situation précaire vivant en zone urbaine et péri-urbaine (l'étude n'a pas été étendue aux zones rurales). Ce phénomène est difficile à évaluer dans le temps et l'espace car, d'une manière générale, peu d'études socio-démographiques ont été menées auprès de ces populations.

Il faut savoir que, d'après le ministère de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, 13 millions de français se disent « éloignés du numérique ». L'âge et la situation géographique des individus sont les principales causes de cette fracture, en dehors des niveaux de ressource financière : pour exemple, 20% des communes rurales en France n'ont pas d'accès à internet en 2018 et 65% des 75 ans et plus n'ont jamais utilisé internet durant cette même année.⁷

Sachant qu'en 2016, la France comptait 8,8 millions de pauvres, selon l'Insee (en d'autres termes, qui vivaient sous le seuil de pauvreté monétaire ⁸ qui s'élevait à 1026 euros par mois), la problématique posée dans le cadre de mon travail de recherche est de savoir **dans quelle mesure l'utilisation du téléphone mobile et du smartphone aide à maintenir les liens sociaux des personnes en situation de précarité**. Dans les termes « situation de précarité », je comprends les personnes sans-abri telles que les personnes sans logement, en situation de logement précaire ou inadéquat, ainsi que les personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté qui est aujourd'hui estimé à 1041 euros par mois (le calcul de ce seuil étant basé sur le niveau de vie médian, celui-ci a légèrement augmenté ces trois dernières années).⁹ Pour répondre à cette question, nous avancerons une première hypothèse expliquant en quoi le téléphone portable est un outil intégrant, notamment grâce à sa maîtrise et sa façon d'aider à maintenir les liens sociaux. Dans une seconde hypothèse, nous verrons comment le marketing digital s'adresse aux personnes précaires, plus précisément nous aborderons leur manière de consommer sur les plateformes digitales, nous justifierons ensuite la façon dont les marques digitales se montrent inclusives.

⁷ Source INSEE : *L'économie et la société à l'ère du numérique – Edition 2019*

⁸ Le seuil de pauvreté monétaire correspond à 60% du niveau de vie médian de la population. Source INSEE

⁹ Observatoire des inégalités, 2020, A quels niveaux se situent les seuils de pauvreté en France ?, https://www.inegalites.fr/Les-seuils-de-pauvrete-en-France?id_theme=15

D'un point de vue sociologique, beaucoup d'études ont été menées autour du téléphone portable. Parmi celles-ci, Laurence Allard parle de cette technologie comme d'un outil d'expression positionné en tant que médium entre le « soi intérieur » et le reste du monde.¹⁰ Le sociologue Christian Licoppe a relevé de son côté les différentes formes de relations « téléphoniques », en allant de l'appel téléphonique à l'échange textuel électronique, en passant par la vidéocommunication, en essayant de comprendre le sens de ces usages et ce qu'elles peuvent apporter dans les interactions sociales.¹¹ Anne Jarrigeon, docteure en science de la communication et Joelle Menrath, psychologue, psychothérapeute et sociologue, ont détaillé dans leurs recherches communes les champs des possibilités qu'offre l'usage du téléphone mobile, telle que l'abolition des contraintes du temps et de l'espace par l'échange d'informations instantané et la disparition des distances grâce aux effets d'un appel visiophonique par exemple, ou bien de la vision souvent fantasmée qu'ont les utilisateurs de leur appareil et de ce qu'il contient sous l'influence des campagnes publicitaires, notamment grâce aux promesses de performances technologiques et de qualité de captation d'images, par exemple.¹²

Cet outil présente aujourd'hui de multiples utilisations : au-delà de sa fonction pratique de téléphone, il est devenu maintenant un objet informationnel et culturel. Il s'adresse à tout le monde pour peu que nous soyons déjà aguerris à certaines technologies. Il serait alors intéressant d'observer les pratiques employées par les personnes en situation précaire telles que décrites précédemment, afin qu'elles puissent aider les marques de téléphonie mobile et les opérateurs concernés, ainsi que les différentes plateformes digitales perpétuellement en développement, à s'interroger sur leur aspect inclusif et sur leur éthique d'une manière plus globale.

Afin de répondre à la question du maintien du lien social des personnes en situation de précarité à travers l'usage du téléphone portable, nous expliquerons dans une première partie comment il peut être un facteur d'intégration et de socialisation. Nous justifierons dans une première sous-partie comment la maîtrise du téléphone mobile participe à la construction identitaire et sociale de l'individu, et dans une seconde sous-partie nous verrons comment il peut aider à

¹⁰ Allard, Laurence, 2014, *Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme media de la voix intérieure. Entre double agir communicationnel et continuum disjonctif somatechnologique*, Armand Colin.

¹¹ Licoppe, Christian, 2002, *SOCIABILITE ET TECHNOLOGIES DE COMMUNICATION Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles*. Lavoisier « Réseaux » n°112-113, p.172 à 210

¹² Jarrigeon, Anne, Menrath, Joelle, 2008, *La part du possible dans l'usage : le cas du téléphone portable*. CNRS Editions « Hermès La Revue » n°50, p.99 à 50

maintenir un lien social avec un entourage plus ou moins proche. La seconde partie portera sur la question du marketing digital autour du téléphone mobile. Plus en détail, nous analyserons comment la consommation au travers du téléphone peut être un moyen de socialisation dans la première sous-partie et dans la seconde nous verrons dans quelle mesure les marques digitales peut être inclusives. Ce travail de recherche nous aidera à comprendre comment des personnes en situation précaire s'approprient le téléphone mobile, et d'une manière plus profonde comment cela les aide à maintenir leurs liens sociaux.

Pour alimenter cette recherche, j'ai mené des entretiens semi-directifs auprès de six personnes accompagnées par l'antenne du Secours Catholique de Saint-Gratien, dans le Val d'Oise et qui vivent en logement précaire ou inadéquat.

La ville de Saint-Gratien où je réside actuellement, est située à dix kilomètres au nord de Paris et compte environ vingt mille huit cents habitants, avec un taux de pauvreté de 15%.¹³ Située non loin de la vallée de Montmorency, cette ville majoritairement résidentielle, profite de sa proximité avec des secteurs à fortes implantations d'activités économiques.

Le Secours Catholique, qui y est implanté depuis une trentaine d'années, est une association à but non lucratif et compte aujourd'hui plus de soixante-six mille bénévoles dans l'ensemble de ses structures, en France et à l'étranger. Il existe à ce jour trois mille cinq cent équipes locales réparties sur le territoire national, dont la mission est d'accueillir les personnes en situation de précarité, quelles que soient leur culture et leurs convictions. Le Secours Catholique représente la branche française du réseau Caritas Internationalis, confédération internationale d'organisations catholiques à but caritatif. L'équipe de Saint-Gratien réunit une douzaine de bénévoles. Son activité principale consiste à ouvrir une permanence chaque vendredi après-midi, où un accompagnement social, des colis alimentaires et des vêtements sont proposés à une vingtaine de familles chaque semaine. La majorité est représentée par des femmes isolées avec de jeunes enfants, sans travail et issues de l'immigration. Ces bénéficiaires (ou autrement nommés « accueillis » par l'association) vivent dans des logements précaires, en foyer ou sont hébergés dans différents endroits. La plupart sont orientés par le Centre Communal d'Action Sociale de la ville. Ce dernier a pour mission de lutter contre l'exclusion en accompagnant l'attribution de l'aide sociale légale (instruction des dossiers de demandes, aides aux démarches administratives...) et en dispensant l'aide sociale facultative (aide alimentaire, micro crédit social...), fruit de la politique sociale de la commune.

¹³ Taux relevé à partir des ménages fiscaux en 2016, source INSEE

En tant que membre de l'équipe du Secours Catholique de Saint-Gratien depuis cinq ans, la prise de contact avec les personnes interrogées s'est faite plutôt facilement du fait qu'elles me connaissaient déjà. Néanmoins, les conditions de l'enquête au sein de l'association ont fait que je n'ai pu obtenir beaucoup d'informations pour alimenter mes recherches : je ne pouvais solliciter les bénéficiaires que pendant une durée assez limitée, quinze à vingt minutes tout au plus. Les entrevues se sont déroulées durant leur temps d'attente à la permanence du vendredi après-midi. D'une manière générale, une certaine méfiance émanait des bénéficiaires. Malgré des efforts de mise en confiance, il était malgré tout difficile de les faire s'étendre sur le sujet qui m'importait. Par ailleurs, certains d'entre eux ne maîtrisaient pas totalement la langue française et il était alors difficile de les faire parler beaucoup plus.

J'ai, par ailleurs, mené un entretien téléphonique avec un ancien sans-abri, devenu populaire sur la plateforme Twitter. Ce dernier a su faire de son smartphone un atout en se créant un compte sur Twitter d'abord pour y chercher des petits boulots, puis pour y retranscrire sa vie d'errance, tel un journal intime. Un réseau important de followers s'est rapidement développé – notamment grâce à des tweets revendicatifs - si bien qu'il est aujourd'hui suivi par plus de trente mille abonnés.

Un ensemble d'ouvrages, d'articles et thèses, ainsi que des rapports m'ont également aidée à étayer mes enquêtes de terrain. Mes recherches bibliographiques se sont portées sur le thème de la fracture numérique, mais également sur le téléphone mobile et le smartphone, avec en tête la perception d'un outil socialisant. J'ai par ailleurs cherché des informations sur les populations en situation précaire et plus particulièrement sur leur manière d'appréhender le téléphone mobile et leur comportement de consommation. Des recherches du côté des associations, des opérateurs en téléphonie mobile, et des plateformes digitales m'ont aidée à approfondir la question de l'intégration sociale.

Première partie : Le téléphone portable, un outil intégrant.

D'après Emile Durkheim, entretenir des liens sociaux en partageant des buts et des passions communes est une condition nécessaire à l'intégration sociale. Les interactions régulières avec un groupe social aident à définir une fonction et une position, et apportent à chacun une légitimité. De cette façon, les membres d'un groupe social intègrent une certaine morphologie dans la mesure où il existe une « solidarité organique ». Ainsi « la forme moderne du social produit l'individu ».¹⁴ Sa théorie s'est longtemps vérifiée jusqu'à nos jours et le développement des moyens de communication a mis en relief ce besoin d'intégration et de justifier son rattachement à une société. Nous approfondirons ici cette théorie en expliquant comment le téléphone portable peut être un outil intégrant pour les personnes en situation précaire.

Lors de ma première année de Master, le sujet du travail d'étude et de recherche sur lequel nous avons travaillé portait sur le cyberharcèlement chez les collégiens.¹⁵ Nous avons découvert notamment que le téléphone portable était, pour les nouvelles générations, un outil incontournable dans leur construction identitaire. Dans le travail de recherche que j'ai mené ici, j'ai pu faire le constat que cette « aide » à la construction de soi n'était pas réservée aux seuls adolescents, mais aussi aux personnes adultes vivant dans la précarité. Nous évoquerons dans ce chapitre notamment la notion de numératie, autrement nommé « littératie numérique », ou comment la maîtrise du téléphone portable fait partie de la construction sociale de l'individu dans une première sous-partie. Nous verrons ensuite, dans une seconde sous-partie, comment cet outil de communication aide à maintenir leurs liens sociaux.

A - Numératie ou comment la maîtrise du téléphone mobile s'intègre dans la construction sociale de l'individu

Selon l'histoire de chacun, la catégorie sociale professionnelle à laquelle nous appartenons, le niveau d'éducation que nous pouvons avoir, le pays d'où nous venons et suivant d'autres critères, n'importe qui peut, à un moment de sa vie, se retrouver en difficulté financière et/ou

¹⁴ Steiner, Philippe, 2018, *La sociologie de Durkheim*, La Découverte, p.49

¹⁵ Appavou, Angélique, Bedeau, Véronique, Crestey, Claudie, 2018, *Collégiens et cyberharcèlement, l'explosion des frontières*. TER Master 1 Métiers de la communication, Celsa Sorbonne Université.

de logement. La situation de pauvreté n'est pas forcément le résultat d'un processus bien établi, dont les étapes intermédiaires pourraient être anticipées et négociées.

Pour rappel, l'académie française décrit la pauvreté comme suit : « La pauvreté est l'état d'une personne dont les ressources ne couvrent pas les besoins ou fournissent à peine le nécessaire ; absence des biens, de fortune. ».¹⁶ La pauvreté peut prendre différentes formes et être vécue de différentes façons. On peut, tout simplement, être né pauvre et demeurer dans cette condition, ou bien alors traverser ce que l'on peut appeler des « accidents de la vie » tel un divorce, une maladie, une perte d'emploi, ou tout autre évènement qui amènerait à un changement brutal dans son parcours de vie. Fuir un pays en conflit, en laissant derrière soi tout ce qui nous appartient fait partie des nombreux exemples de situations de pauvreté que nous connaissons aujourd'hui. Cette situation de pauvreté peut être éphémère comme elle peut s'inscrire dans la durée. Chaque individu vivant ce type de situation traversera cette épreuve différemment selon son niveau de maîtrise du téléphone portable. Cet outil technologique est devenu le témoin des problématiques sociétales et individuelles et son influence sur le parcours de son propriétaire en situation précaire variera en fonction de sa capacité et sa volonté à l'exploiter. Il existe de ce point de vue une certaine inégalité entre les générations : les « digital natives »¹⁷ sont fatalement plus avantagés que les personnes nées dans les précédentes décennies. L'usage du téléphone portable fait partie de leurs habitudes depuis un certain nombre d'années et ils n'ont donc pas besoin d'avoir une formation spécifique, contrairement aux générations de leurs parents ou grands-parents.

Il existe plusieurs définitions à la numératie (autrement nommée littératie numérique ou digital literacy) telle que nous l'abordons ici. Pour l'OCDE et l'Académie des Sciences, elle correspond à « l'aptitude à comprendre et à utiliser le numérique dans la vie courante, à la maison, au travail et dans la collectivité en vue d'atteindre des buts personnels et d'étendre ses compétences et capacités. ». Lors d'une émission du 7 septembre 2014, France Culture donne sa définition de la « digital literacy » (l'alphabétisation numérique, apprendre à lire le web) : « la digital literacy peut être comprise aussi comme une nouvelle étape d'internet. (...) La

¹⁶ Académie française, définition de 1986.

¹⁷ Digital natives est une expression américaine pour désigner la génération ayant grandi en même temps que le développement d'Internet. On considère généralement que les "digital natives" sont nés entre 1980 et 2000. Ils sont donc des utilisateurs naturels et intensifs d'Internet et des téléphones portables.

troisième phase du web est celle de la connaissance, internet et les technologies deviennent un outil de développement humain, de création, de partage et, au-delà, d'émancipation. ».¹⁸

Le téléphone mobile¹⁹ fait figure de bouée de sauvetage pour les personnes en situation de précarité dans la mesure où il est un support d'apprentissage à la littératie numérique et un moyen d'atteindre des objectifs nécessaires à leur survie (appeler le 115 par exemple). Sa particularité d'être nomade constitue déjà un point d'accroche pour les personnes n'ayant pas forcément de lieu de vie établi. Sa petite taille et la possibilité de le recharger dans des lieux publics (abris bus, RER, centres commerciaux...) sont des atouts tout à fait compatibles avec un mode de vie itinérant. Par ailleurs, « l'objet technique qu'est le téléphone mobile a atteint un degré de socialisation achevée : il est littéralement incorporé dans les actions de la vie de tous les jours jusqu'à en devenir l'origine même. ».²⁰ Ainsi, savoir se servir de cet outil technologique est devenu indispensable pour se donner des chances de s'en sortir jour après jour.

1 Prise en main

D'après l'étude menée en 2018 par l'association Solinum, les téléphones mobiles sont souvent achetés à plein tarif par les personnes sans-abri (65%), ou bien donnés par une ou plusieurs personnes proches (33%).²¹ La sociologue Irène Bastard constate de son côté que l'apprentissage du téléphone portable et en particulier des réseaux sociaux se fait, pour la plupart du temps, par le biais des membres de la famille dans les milieux populaires. Un système de surveillance des frères et sœurs, et des cousins et cousines se met en place sur le réseau social de l'apprenti, qui va ensuite l'amener vers plus d'autonomie.²² Lors des entretiens que j'avais menés au Secours Catholique de Saint-Gratien, une jeune femme de 29 ans, prénommée Leila²³, m'avait effectivement fait part du fait que ce sont ses parents qui lui avaient expliqué le fonctionnement d'un téléphone portable. Leila avait 9 ans lorsque ses parents lui ont mis son

¹⁸ Radio France Culture, émission L'Alphabet Numérique, 2014,

<https://www.franceculture.fr/emissions/lalphabet-numerique/digital-literacy>

¹⁹ Par « téléphone mobile », nous incluons les téléphones cellulaires dit de « première génération » et les smartphones, qui sont dotés de fonctions évoluées avec un accès à internet.

²⁰ Allard, Laurence, 2014, *Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme media de la voix intérieure. Entre double agir communicationnel et continuum disjonctif somatechnologique*, Armand Colin. p.14

²¹ Solinum. 2019, *Les sans-abri et le numérique : Équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018*.

²² Bastard, Irène, 2018, *Quand un réseau confirme une place sociale*, La Découverte « Réseaux » n°208-209, p.121 à 145

²³ Les prénoms des personnes qui ont fait l'objet des entretiens ont volontairement été changés.

premier téléphone mobile entre les mains, et elle ne savait à l'époque s'en servir que pour recevoir ou émettre un appel. Elle utilise aujourd'hui toutes les fonctionnalités de son smartphone, les vingt années qui ont suivi lui ayant permis de voir évoluer ce moyen de communication. C'est également le cas de Samira, une autre accueillie de 18 ans, propriétaire d'un téléphone portable depuis ses 11 ans, qui à son tour enseigne les bonnes pratiques de cet outil technologique à sa petite sœur de 12 ans. Une étude récente a montré que 65% des adolescents âgés entre 11 et 14 ans possédaient un téléphone portable, le plus souvent offert par leurs parents, poussés par une tendance sociétale et pour faire plaisir à leurs enfants dans la majorité des cas.²⁴ L'usage du téléphone portable à un âge précoce permet à l'utilisateur de l'appréhender plus facilement avec une certaine assurance au fil du temps et des apparitions de nouvelles applications mobiles. Ils deviennent alors des consommateurs aguerris, cibles fortement appréciées des marques digitales destinées aux jeunes publics.

Une autre femme, âgée de 70 ans cette fois-ci et que nous nommerons Khadija, a été l'apprentie de son fils le temps de maîtriser l'outil. Contrairement à Leïla et Samira, Khadija a rencontré des difficultés à maîtriser son téléphone portable. Ce moyen de communication est apparu tardivement dans sa vie, et elle l'utilise essentiellement pour appeler ses enfants. Le téléphone mobile est pour Khadija le moyen de rester en contact de manière régulière avec ses enfants, et en particulier son fils et à travers lui sa petite-fille, tout juste âgée de 2 ans.

Christian Page, un ancien SDF de 48 ans, vivant à Paris et avec qui j'ai pu m'entretenir au téléphone, se présente comme un cas à part. Aux questions « Depuis combien de temps avez-vous un téléphone portable ? » et « Comment avez-vous appris à vous en servir ? », il me répond :

Depuis que ça existe (rires) ! J'ai toujours eu des outils de communication. Tu te souviens des petits appareils comme les Tatoos²⁵, il y a longtemps ? Ben j'avais ça. J'avais aussi le premier téléphone portable...je ne sais plus son nom...oui c'est ça le Be Bop !

Pour des gens de mon âge, je suis une sorte d'alien. J'avais déjà cette pratique des technologies, donc ça a été facile pour moi. La technologie m'a toujours intéressé.

²⁴ Médiamétrie, OPEN et UNAF, 2020 : *La parentalité à l'épreuve du numérique*.

²⁵ Tadoo est le nom commercial d'un service de radiomessagerie proposé par France Telecom de 1995 à 2000. Il désigne également par extension un récepteur de ce service.

Aujourd'hui toutes les technologies sont réunies dans un seul appareil : chaîne Hi-Fi, appareil photo, téléphone...tout ! C'est vraiment pratique.

Par ailleurs, Christian a su préserver son téléphone portable et éviter les vols en ayant recours à l'usage des batteries externes :

En mode « rue », je rechargeais mon téléphone dans les associations ou dans les bars que je connaissais. Il y a beaucoup de vols dans les associations, c'est pourquoi j'ai opté pour les batteries externes. Si tu recharges ta batterie externe et qu'on te la vole, ce n'est pas trop grave. Tandis que si c'est ton téléphone, ben c'est bien plus emmerdant ! Tu perds tout et si tu ne réagis pas à temps, ils peuvent avoir accès à tes contacts, tes infos...heureusement tu peux bloquer ton téléphone à distance en allant sur internet, comme ça ils ne peuvent plus rien faire avec.

Ainsi, le niveau de maîtrise de l'outil et de sa préservation variera en fonction de son âge, de son milieu social et culturel, mais aussi en fonction de l'intérêt que nous porterons aux nouvelles technologies.

2 Faire le lien

Pour remplir sa fonction exhaustive d'outil de communication, le téléphone mobile offre dans un premier temps la possibilité de se constituer un réseau social sur différentes plateformes numériques, comme Facebook ou Instagram. Dans ses recherches auprès des classes populaires, Irène Bastard relève une certaine compétence dans les choix des relations établies sur les réseaux sociaux numériques. On va préférer y entretenir des liens forts (famille, amis proches) plutôt que d'y multiplier les liens faibles (échanger avec des inconnus et de manière éphémère). Sur la fameuse plateforme Facebook, la sociologue présente le cercle familial comme un groupe social primaire à partir duquel de nouveaux liens sociaux vont se tisser. Pour la chercheuse en sciences humaines et sociales Danah Boyd, les designs des sites de réseaux sociaux ont donné naissance à une « culture du lien » qui n'existait pas dans la vie réelle.²⁶ S'en est suivi, une « frénésie relationnelle » qui a poussé les utilisateurs à se constituer un nombre important d'« amis » dans le but de développer une certaine popularité, dans la mesure où les cercles d'amis peuvent être visibles sur les plateformes numériques. Selon le contexte éducationnel, on

²⁶ Granjon, Fabien, 2011, *Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux*, Hermès, La Revue n°59, p.101

choisit de s'ouvrir aux autres et se laisser la possibilité d'échanger avec des inconnus, ou bien à l'extrême inverse, interagir uniquement au sein d'un cercle fermé, composé uniquement des membres de sa famille. Des liens socio-numériques peuvent se créer avec des individus tiers issus de son cercle d'amis (amis d'amis). Jacques, bénéficiaire du Secours Catholique de Saint-Gratien, âgé de 57 ans, a su en tirer avantage en pratiquant de manière plus élargie les réseaux sociaux numériques. A la question « Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? », ce dernier répond par l'affirmative : « Oui, et c'est comme ça que j'ai rencontré ma dulcinée, sur Facebook. ».

C'est également le cas de Christian Page, qui a su faire de son smartphone un atout en se créant un compte sur Twitter pour y chercher des petits boulots d'abord, puis pour y retranscrire sa vie d'errance, tel un journal intime. Un réseau important de followers s'est rapidement développé – notamment grâce à des tweets très médiatisés - si bien qu'il est aujourd'hui suivi par plus de trente mille personnes, dont parmi eux des personnalités médiatiques. En l'interrogeant à propos de la plateforme Twitter, Christian me répond :

Alors là, c'est un pur hasard ! Je n'ai jamais été réseaux sociaux, Facebook, tout ça...C'est Ervé²⁷, un ami à moi, qui m'en a parlé. Il trouvait des petits boulots sur Twitter. Il envoyait des tweets pour demander des petits boulots et ça fonctionnait. Moi j'étais plus « sms ».

Un matin, en hiver, j'avais dormi dans un parc. Un agent de la mairie de Paris m'avait chassé du lieu avec un jet d'eau froide. J'avais pris en photo mes affaires souillées et détrempées et je l'ai tweeté pour dénoncer ce qu'il m'avait fait. Mon nombre de followers a explosé suite à ce tweet. Juste après, Anne Hidalgo, la maire de Paris, en personne m'a contacté pour s'excuser ! Elle ne faisait pas la fière ! (rires)

Depuis, Twitter est devenu un journal dans lequel je raconte mon quotidien. Tu sais, les réseaux sociaux ça varie beaucoup, le nombre de followers va augmenter ou baisser en fonction de l'actualité, de mes tweets...certains vont aimer, d'autres non.

Twitter est un réseau social très actif. Je ne suis pas sur les autres réseaux sociaux. Je suis uniquement sur Twitter. D'ailleurs, j'ai rendez-vous début septembre à la mairie de

²⁷ Ervé est un autre sans-abri, également connu sur Twitter sous le pseudo @croisepattes. Il a retiré le « H » de son prénom volontairement. Description dans l'article ci-après : https://www.liberation.fr/france/2019/12/03/erve-47-ans-clochard-pour-moi-c-est-pas-pejoratif_1767090

Paris avec l'adjointe au maire, en charge de la lutte contre l'exclusion. Ils auraient besoin de moi car j'aurais apparemment de bonnes idées à leur transmettre ! (rires)

Fatima, une autre bénéficiaire, préfère quant à elle, échanger uniquement avec ses connaissances et dit refuser les invitations des inconnus sur les réseaux sociaux par mesure de précaution. Leila, que nous avons évoquée plus haut, n'hésite pas à poster des commentaires adressés au grand public sur Twitter ou Facebook. Ainsi le sociologue Pierre Bourdieu déclarait que « L'évaluation du capital social d'un individu passe non pas tant par la dimension de son réseau social que par la diversité des liens entretenus. ».²⁸

Il avait par ailleurs divisé le capital social en deux aspects : financier et matériel d'une part et culturel d'autre part. Ces capitaux prendront la forme de valeurs pécuniaires telles que les sommes d'argent, les biens immobiliers, les activités économiques, par exemple ; et de savoirs tels que les ressources culturelles comme la langue française, les codes de savoir-vivre et d'intégration sociale notamment. Ces capitaux sociaux seront, selon les familles dans lesquelles elles seront transmises, à l'origine des réussites sociales ou bien des inégalités dès lors qu'un ou plusieurs de ces éléments manqueraient dans la transmission du parent à l'enfant.²⁹

Le téléphone mobile réunit les deux aspects du capital social, tel que l'avait défini Pierre Bourdieu. Il est à la fois un objet matériel, représentant une valeur financière (il peut être revendu en tant qu'objet d'occasion), mais aussi un objet culturel à supposer que la transmission s'accompagne d'une formation à l'outil : utilisations de base (appels téléphoniques, envois et réceptions de SMS/MMS, prise de photographies...) et développement des réseaux sociaux.

Les fonctions basiques du téléphone mobile se justifient par un contexte d'éloignement géographique entre les individus. Elles sont, à leurs manières, un moyen d'abolir les distances. L'exemple d'Aïssatou, une jeune mère isolée de 29 ans, accueillie au Secours Catholique de Saint-Gratien, montre que le mode d'appel en visiophone lui sert à la rassurer sur la situation de sa famille restée en Afrique, et réciproquement. Ainsi « les appels visiophoniques visent à construire les conditions d'une visibilité mutuelle. »³⁰ et entretiennent de ce fait la confiance, à la condition que ces appels s'effectuent de façon régulière et rapprochée dans le temps. Les envois de SMS et MMS (Short Message System et Multimedia Messaging Service), remplacés de plus en plus par les services de messageries offerts par les plateformes socio-numériques,

²⁸ *Op.cit* p.121

²⁹ Carles, Pierre, 2001, Film documentaire : *La Sociologie est un sport de combat*, C-P Productions, VF Films

³⁰ Morel, Julien, Licoppe, Christian, 2009, *La vidéocommunication sur téléphone mobile – quelle mobilité pour quel cadrage ?* La Découverte « Réseaux » n°156, p.169

jettent des ponts entre les personnes éloignées, et permettent le franchissement des barrières temporelles et géographiques. Un sans-abri, que nous appellerons Cédric, bénéficiaire ponctuel du Secours-Catholique de Saint-Gratien, a pu de cette façon, se trouver un logement et un emploi auprès d'une connaissance de sa famille située en Basse Normandie l'an passé. Le fait d'avoir été joignable sur un téléphone portable lui a donné l'opportunité de le sortir de la rue et de ses conditions de vie difficiles. Pour le sociologue Christian Licoppe, ces échanges iraient jusqu'à prendre la forme de conversations continues avec ses interlocuteurs les plus proches, les liens restants ininterrompus.³¹ C'est notamment le cas de Jérôme, un sans-abri de 19 ans résidant à Rennes, interrogé par la docteure en science de l'éducation Marianne Trainoir dans le cadre de ses recherches.³² Pour lui, Facebook est le seul espace où lui et sa mère arrivent à entretenir une relation durable. Les nombreux vols et recels de téléphones portables dont Jérôme a fait l'objet ne lui permettent pas de suivre des échanges uniquement par le biais d'un numéro de téléphone. La portabilité de la plateforme Facebook garantit de cette façon la préservation de liens durables et a permis à Jérôme d'améliorer quelque peu la relation avec sa mère, qui était auparavant très compliquée. Il peut donc à présent répondre à ses messages de manière différée et ainsi plus modérément.

3 La fabrique des identités

La pratique des réseaux sociaux faite par Jérôme, le sans-abri dont nous avons parlé plus haut, montre un exemple de la diversité des liens sociaux que nous avons évoquée. Il y affiche de manière ostensible ses faits de délinquances afin d'y trouver des signes d'approbation et d'encouragement : « Quand ces actes délictueux (vols et dégradations) donnent lieu à des articles dans la presse locale, il les scanne afin de les publier sur les réseaux sociaux. »³³.

Le maître de conférences en science de l'information et de la communication Gustavo Gomez-Mejia avait constaté que les réseaux socio-numériques, tel que la plateforme Facebook, apportait aux utilisateurs une certaine atmosphère affective, une « métaphore d'un monde pacifié » à travers un champ lexical approprié : « j'aime », « contacts », « partager », « amis » ... Cette mise en confiance donne l'illusion que l'espace numérique dans lequel nous écrivons

³¹ Licoppe, Christian, 2002, *Sociabilité et technologie de communication – Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobile*, Lavoisier « Réseaux » n°112-113, p.177

³² Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.264

³³ *Op.cit.* p.263

– appelé « profil » - nous appartient et nous invite à y raconter notre vie en empruntant les codes spécifiques liés à l'univers journalistique. Notre « fil d'actualités » devient le « réceptacle de notre narration ».³⁴ Jérôme répond favorablement à ces incitations en publiant régulièrement des contenus sur son « journal ».

En parallèle, Jérôme agrmente son fil d'actualité de photos de voitures de luxe et de jolies filles dénudées. Ses différents statuts témoignent, par ailleurs, d'une vie amoureuse mouvementée. Ces publications, comme nous le fait savoir la docteure en science de l'éducation Marianne Trainoir, « prouvent à la fois un réel désir de distinction (Bourdieu, 1979) et de mimétisme en voulant ressembler à celui qui détient des biens désirables (Girard, 1972) ».³⁵ Les réactions sur son compte Facebook sont nombreuses et parfois violentes (notamment à cause de ses multiples conquêtes amoureuses). Facebook est pour Jérôme un conglomérat de liens à la fois forts et faibles, qui peuvent arbitrairement interagir entre eux. Son activité numérique se résume ainsi à une quête d'identité au travers de publications d'images et de phrases « chocs », cherchant à susciter l'envie et le consentement de son réseau. Cette mise en scène nous rappelle la description des jeunes vivant dans les quartiers défavorisés de Philadelphie qu'en avait fait le sociologue américain Elijah Anderson.³⁶ Ces derniers devaient adopter un « code », construit autour de la violence, d'un langage et d'un style vestimentaire particulier, afin d'affirmer leur position sociale et maintenir une certaine forme de respect vis-à-vis de leur personne et de leurs familles. Les problématiques liées aux trafics de stupéfiants, qui sont monnaies courantes dans les ghettos américains, tout comme dans les banlieues défavorisées en France, ont engendré des comportements sociaux violents et une forme de culture urbaine appropriée. Ceux qui ne veulent pas suivre cette « loi de la jungle » se voient exclus, voire menacés par les délinquants, qui se trouvent en position de force, de leurs quartiers. Jérôme cherche donc à susciter les convoitises, mais aussi le respect en exhibant ses faits de délinquances, au même titre que les jeunes des ghettos de Philadelphie, dont il s'est inspiré.

Les réseaux socio-numériques sont également l'occasion pour certains d'exister sous la forme de plusieurs identités. Myriam, une sans-abri de 46 ans qui vivait à Paris puis à Rennes, également interrogée par Marianne Trainoir, possède trois comptes sur Facebook et les utilise

³⁴ Radio France Culture, émission Les Nouvelles Vagues : L'identité : Les fabriques de soi sur le net, 2016, <https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

³⁵ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.262

³⁶ Anderson, Elijah, 1994, *The Code of the Streets*, The Atlantic Monthly, p.81-94

en fonction des « types de contacts » qu'elle a créés au fil du temps. Le premier et le plus souvent utilisé, qu'elle appelle « normal », est destiné à ses relations de rues proches et sa famille ; le second, qu'elle nomme « privé » lui sert à échanger avec ses relations amoureuses et le dernier compte est consacré à ses contacts restés à Paris, pour le « business » comme elle le surnomme. Cette femme au passé subversif (condamnée à des travaux d'intérêt généraux et de la prison avec sursis) a su se servir d'un réseau social numérique afin d'entretenir ses relations de manière coordonnée en les rendant hermétiques. Ces trois comptes schématisent d'une certaine façon la vie de Myriam, qu'elle va décrire, pour chacun, avec un langage différent : le premier incarne son présent à travers les personnes qu'elle côtoie au quotidien : « Mes relations avec les gens de la zone ? Ben c'est la famille. C'est ma deuxième famille je dirai », « les potos ». » Le second représente en quelque sorte son avenir dans les relations sentimentales qu'elle se crée au moyen de l'application mobile Meetic, destinée aux rencontres amoureuses. Elle empruntera par ailleurs un vocabulaire adolescent pour évoquer ses histoires révolues : « Maintenant je reste célibataire, fini les mecs ». Enfin, le troisième correspond à son passé et à l'image qu'elle se faisait d'elle-même quand elle vivait à Paris et dont elle ne se détache pas : « le troisième c'est que sur Paname. Non c'est business. Je suis en relation avec ce qui se passe là-bas. ».³⁷ Les identités numériques multiples de Myriam illustrent le modèle économique de la plateforme Facebook, qui invite les internautes à se créer des profils et alimenter leurs comptes de contenus, de partages, de réactions, ou de tout autre activité propre à son dispositif. Gustavo Gomez-Mejia qualifie ainsi Facebook d'« industrie de la production identitaire radicalisante »³⁸ dans le sens où le débat est inexistant (le bouton « je n'aime pas » n'existe pas) et que l'on s'enferme dans une opinion commune.

Aïssatou, jeune mère isolée bénéficiaire au Secours Catholique, a choisi de n'utiliser son téléphone mobile que pour échanger avec sa famille restée en Afrique : « J'appelle ma maman, mes sœurs, mes frères, la famille quoi. Je peux échanger avec mes autres enfants qui sont restés au pays. J'ai une fille de cinq ans et un fils de trois ans. » Peu bavarde et très réservée d'une manière générale, Aïssatou avait pu partager avec moi à plusieurs reprises son sentiment de solitude. Ces appels réguliers, qui peuvent se faire en face caméra, lui sont extrêmement précieux et lui redonnent confiance en elle. Ces interactions lui rappellent d'où elle vient et qui elle est réellement, entretenant par là son estime d'elle-même. C'est également le cas de Fatima,

³⁷ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.267

³⁸ Radio France Culture, émission Les Nouvelles Vagues : L'identité : Les fabriques de soi sur le net, 2016, <https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

une autre accueillie de 35 ans du Secours Catholique qui appellent régulièrement ses parents, ou celui de Khadija, 70 ans, qui reste en lien, grâce à son smartphone, avec ses enfants.

Pour les personnes migrantes en situation précaire, le téléphone mobile leur a offert la possibilité de conserver leur position sociale au sein de leurs familles restées dans leurs pays d'origine et de continuer à veiller sur elles, tout en poursuivant des projets entrepris là-bas. Ainsi, un migrant, âgé de 37 ans et d'origine roumaine témoignait en 2002 auprès de Dana Diminescu, sociologue spécialisée dans les diasporas : « J'ai construit toute ma maison [à Certeze, un village de l'Oas] d'ici [de Paris], par téléphone. »³⁹.

La pratique régulière du téléphone portable permet, non seulement de maintenir le lien avec la famille restée dans le pays d'origine, mais aussi de rester acteur dans les décisions à prendre quant à sa préservation. De cette façon, le migrant mène sa vie à la fois en France et dans son pays d'origine, et se construit peu à peu une double identité culturelle. Une enquête menée par les sociologues et chercheurs en sciences politiques Matthieu Demory et Nouran Gad montre à quel point le téléphone mobile joue un rôle déterminant pour des personnes vivant l'expérience de la migration⁴⁰ : il permet à la fois de palier les manques liés à l'éloignement de la famille et de la zone géographique d'origine, mais aussi de faire une transition entre leur culture souche et la nouvelle qu'elles tentent d'intégrer en espaçant, par exemple, les appels téléphoniques avec leurs familles. Le téléphone mobile fait office de tampon entre deux identités : celle appartenant à un « passé » originel et celle qui se construit dans le présent, dans un nouvel espace socio-culturel et qu'ils doivent appréhender afin de s'y sentir rapidement à l'aise et en sécurité. Il permet, par ailleurs, l'entretien de la langue maternelle au travers des échanges réguliers avec la famille restée au pays, et l'apprentissage de la langue du pays d'accueil dans les pratiques des plateformes numériques (réseaux sociaux, médias numériques, ...). Cet outil technologique a remis en question la notion d'éloignement géographique telle que nous la connaissions avant les années 2000. Etant moi-même une fille de parents immigrés, je me souviens des échanges principalement épistolaires avec les familles restées en Inde. Les appels téléphoniques effectués depuis le téléphone « fixe » étaient très ponctuels et brefs, du fait des coûts élevés des communications et du décalage horaire. Ainsi, les informations que nous recevions étaient sporadiques et le « mal du pays » plus difficile à surmonter. Les téléphones portables, et en particulier les smartphones dotés d'un accès à internet, effacent aujourd'hui ces

³⁹ Diminescu, Dana, 2002, *L'usage du téléphone portable par les migrants en situation précaire*, Hommes et Migrations, n°1240, p.75

⁴⁰ Demory, Matthieu, Gad, Nouran, 2019, *Expériences migratoires et communications numériques en Méditerranée*, Editions de La Sorbonne, p.135 – 148.

contraintes et laissent à leurs utilisateurs la liberté de se nourrir des informations provenant de leurs pays d'origine, à travers leurs familles, mais aussi des médias, notamment concernant leurs évolutions socio-politiques. Les pratiques numériques, notamment par le biais du téléphone portable, permettent d'entretenir une « coexistence » dans le pays d'accueil et dans le pays d'origine et fait naître, fatalement, une nouvelle identité hybride chez les personnes migrantes. Matthieu Demory et Nouran Gad ont constaté, suite à leur enquête, que « Le fait de ne pas donner trop d'informations [à sa famille] permet alors de conserver l'image que l'on avait de soi avant le départ. S'il y a du changement, autant le garder pour soi, pour ne pas décevoir celles et ceux qui sont restés, et ne pas accepter soi-même que l'on a changé. ».⁴¹

Les personnes que nous avons citées jusqu'ici utilisent leurs téléphones mobiles pour échanger surtout avec des personnes de leur entourage, le plus souvent dans un cercle relationnel fermé et maîtrisé. D'autres sans-abris ont fait le choix d'utiliser les plateformes socio-numériques comme un moyen de dénoncer au grand public leurs conditions de vie difficile. C'est le cas notamment de Christian Page, ancien SDF, qui publie quotidiennement sur son compte Twitter @Pagechris75, en y racontant sa vie d'errance dans les rues et en réagissant aux faits d'actualité depuis 2016. Sa popularité a fait un bond lors de la publication, entre autres, d'un tweet où il dénonçait l'installation d'un dispositif anti sdf (mobilier urbain visant à empêcher que des personnes occupent un espace public sur une durée prolongée), qui a été retweeté presque deux mille fois et relayé dans la presse (voir annexe 1 ci-après).

⁴¹ *Op.cit.* p.140

Annexe 1 :



Il faut savoir que Christian est suivi actuellement par trente et un mille abonnés, et est surnommé le « SDF 2.0 ». Sa notoriété sur Twitter a amené une maison d'édition à le contacter afin de lui proposer d'écrire son histoire dans un livre.⁴² Aujourd'hui, Christian n'est plus sans-abri et bénéficie d'un logement social depuis août 2018. Il reste néanmoins très actif sur la « twittosphère » et continue à déplorer les situations des SDF à Paris. Ses tweets revendicatifs ont fait de lui un porte-parole de la communauté des sans-abris et incarnent par là-même l'idée de conscription décrite par Gustavo Gomez-Mejia : les « j'aime », « je partage », les retweets et les commentaires que nous pouvons apporter à une publication sur les réseaux sociaux

⁴² Page, Christian, 2018, *Belleville au cœur*, édition Slatkine et Cie, 157 pages

numériques rendent cette dernière « collective ». Le post appartient à un groupe dès lors que les noms figurent ensemble (voir annexe 2 ci-après).

Annexe 2 :



Bien qu'il ne soit plus SDF depuis bientôt deux ans, les tweets de Christian illustrent son attachement au monde de la rue, auquel il s'identifie toujours. Est-ce la seule condition pour lui de maintenir son identité numérique « SDF 2.0 », sous peine de tomber dans l'oubli ?

Comme l'a souligné Gustavo Gomez-Mejia, les plateformes numériques imposent à leurs utilisateurs de remplir des formulaires d'inscription bien définis avant de pouvoir profiter de leurs dispositifs. Ces formulaires seront identiques pour chaque nouvel utilisateur et lui demanderont systématiquement un nom, une photo de profil, ses centres d'intérêts, de rechercher, à partir de sa liste de contacts, ses amis déjà inscrits sur la plateforme en question, entre autres. Ces premiers éléments serviront de base à la construction d'une identité numérique du nouvel utilisateur, quels que soient sa situation et son niveau de vie. Il existe donc une certaine homogénéité des comptes utilisateurs à ce niveau-là et l'accès à ces formulaires ne fait

aucune distinction entre un sans-abri et un autre individu lambda. Fanny Georges, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication au CNRS, présente quant à elle, une définition de l'identité numérique en trois parties, à savoir déclarative, agissante et calculée :

L'«identité déclarative» se compose de données saisies par l'utilisateur (exemple : nom, date de naissance, photographie). L'«identité agissante» se constitue du relevé explicite des activités de l'utilisateur par le Système (exemple : «x et y sont maintenant amis» ; l'«identité calculée» se manifeste par des variables quantifiées produites d'un calcul du Système (exemple : nombre d'amis, nombre de groupes).⁴³

Sur les réseaux sociaux, notre identité est donc très différente de notre identité réelle, puisqu'elle va dépendre des données qu'on aura renseignées, de notre activité sur ces plateformes et des interactions qu'on aura eues avec notre communauté. Une nouvelle représentation de notre identité s'offre à nous et aux autres utilisateurs du réseau, façonnée et conforme aux règles imposées par le dispositif numérique. Créer une identité virtuelle permet aux sans-abris d'intégrer des groupes sociaux numériques et moins souffrir de l'inconsidération des personnes physiques (ne faisant pas partie de la communauté de sans-abris) qui les entourent. Dans la vraie vie, notre identité réelle est perçue en premier lieu par notre corps, notre présence physique, alors que notre identité virtuelle sera forgée sur la base de nos centres d'intérêts et des pensées qu'on aura diffusés par la publication de messages. Multiplier les interventions sur les plateformes numériques permet d'entretenir cette identité numérique, davantage considérée aux yeux du sans-abri, même si cette représentation du soi paraît biaisée du fait qu'elle soit vulgarisée par la plateforme numérique. Exister sur les réseaux renvoie ainsi à l'idée d'exister aux yeux des autres.

4 Une hygiène socio-numérique

Vouloir agrandir son nombre « d'amis » sur les réseaux sociaux numériques est aussi une question de choix. Fatima, 35 ans, bénéficiaire au Secours Catholique, avoue ne pas accepter, par méfiance, les demandes de connexion des personnes dont elle ne connaît pas l'identité. C'est aussi le cas de Frédéric, un sans-abri de 32 ans vivant à Rennes, interrogé par Marianne Trainoir. Il est le propriétaire d'un ordinateur portable et d'un téléphone mobile, dont il se sert

⁴³ Georges, Fanny, 2009, *Représentation de soi et identité numérique— Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0*, Réseaux, 2009/2 (n° 154)

principalement pour des activités de loisirs. Il se débrouille au quotidien avec l'aide de structures d'accueil, de commerçants et d'amis pour son hébergement, la garde de ses affaires ou le rechargement des batteries de ses équipements numériques. Ses pratiques technico-numériques l'aident de cette façon à maintenir des liens sociaux dans la vie réelle. Mais il préfère aussi garder une certaine distance avec son entourage, trop connecté aux écrans selon lui. Il reste itinérant et autonome malgré tout.⁴⁴ Fatima et Frédéric ont donc, de manière volontaire, établi une certaine distance avec leurs outils numériques afin de préserver un sentiment de sécurité et une certaine autonomie. Ces types de pratique coïncident avec la notion de déconnexion numérique. La maîtresse de conférences en science de la communication Laurence Allard désigne ces usages (ou devrions-nous dire non-usages) comme participant à « l'accomplissement pratique de la communication mobile. ».⁴⁵ Ainsi, maîtriser un téléphone mobile c'est savoir s'en détacher, se déconnecter de temps à autre afin de ne pas le laisser envahir son espace personnel.

Se tenir à distance des réseaux socio-numériques, ne signifie pas pour autant se tenir à distance des écrans. D'après l'étude menée par l'association Solinum, 40% de leurs répondants utilisent les outils numériques pour regarder des films ou écouter de la musique.⁴⁶ Ces pratiques numériques de divertissement, dans lesquelles nous pouvons inclure les jeux vidéo et la radio (au travers d'applications numériques), occupent plusieurs fonctions : maintenir une distance avec ses groupes sociaux, mais aussi avec ses préoccupations, son ennui et les angoisses qui en découlent. Elles permettent par ailleurs aux utilisateurs de s'identifier pour un temps donné à des personnages, et ressentir de manière fictive les émois qu'ils traversent au même titre que les spectateurs regardant du catch, avides de spectacles, de luttes manichéennes et de justice comme le décrivait le sémiologue et philosophe Roland Barthe.⁴⁷ Ou bien encore de garder le sentiment qu'ils appartiennent au monde dans lequel ils évoluent : Myriam, que nous avons citée en amont, Louis, un sans-abri que j'avais rencontré au Secours Catholique, ainsi que Christian, le « SDF 2.0 » avec qui j'ai échangé par téléphone, ont l'habitude de s'informer en allant sur des sites d'actualités ou en écoutant la radio (sous forme d'application) via leur

⁴⁴ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p 255.

⁴⁵ Allard, Laurence, 2014, *Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme media de la voix intérieure. Entre double agir communicationnel et continuum disjonctif somatechnologique*. Téléphone Mobile et Création, Armand Colin. p.18

⁴⁶ Solinum. 2019, *Les sans-abri et le numérique : Équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018*, p.95

⁴⁷ Barthes, Roland, 1957, *Mythologies*, Editions du Seuil, p.20

smartphone et se tenir informés de ce qui se passe de par le monde. Christian utilise son téléphone portable de manière pragmatique et a su évaluer les informations qu'il y trouve :

J'écoute un peu de musique, sinon je vais surtout sur le site d'informations, dans le monde... beaucoup d'informations, je cherche à savoir tout ce qu'il se passe. Je ne joue pas aux jeux vidéo, je ne regarde ni les vidéos ni les films. Pour moi le téléphone est un outil. Je sais identifier les fakes news, les trolls, les bots, les faux comptes...J'ai appris par moi-même, c'est venu naturellement.

Ainsi « être au courant de ce qui se passe dans le monde est déjà une manière d'en faire partie ». ⁴⁸ Ces activités de loisirs et d'information constitueront par la suite des références culturelles qui pourront être partagées.

5 En chœur

Ces pratiques communicationnelles s'intègrent dans une culture telle que la définit le philosophe et professeur émérite en sciences de la communication Daniel Bounoux. Selon lui, « communiquer c'est d'abord « avoir en commun » le monde moderne et les réseaux qui le maillent. ». ⁴⁹ Ainsi, posséder son propre téléphone mobile et en faire usage comme support de communication est déjà en soi un moyen d'intégration sociale. Le philosophe américain Henry Jenkins élargit cette définition en évoquant pour sa part la notion de culture participative : les membres d'une communauté deviennent acteurs et créateurs de messages et contenus, et ne sont plus de simples lecteurs ou spectateurs passifs. Le cas de Jérôme évoqué plus haut prouve cette notion de culture participative dans la publication de ses contenus soigneusement choisis. Jacques, avec qui je m'étais entretenu au Secours Catholique, n'hésite pas quant à lui, à partager les informations sauvegardées dans son téléphone : « Quand les informations sont intéressantes je les partage. Quand ça vaut le coup que les gens voient alors j'envoie. Je sélectionne mes photos également avant de les partager. » Christian Page retweete tout ce qui peut être utile à la communauté de sans-abris : lieux de distribution de nourriture, douches, point d'accès à du Wifi gratuit, hébergement, etc. « Dès qu'il y a du social je retweete. » me disait-il à travers son smartphone.

⁴⁸ Caradec, Vincent, 2003, *La télévision, analyseur du vieillissement*, Réseaux n°119, p.121-152

⁴⁹ Bounoux, Daniel, 2001, *Introduction aux sciences de la communication*, La Découverte, p.17

Ces pratiques devenues au fil du temps ordinaires, se retrouvent à tous les niveaux de l'échelle sociale. Elles sont le fruit d'une quête d'intégration et de reconnaissance sociale, basées à la fois sur un mimétisme viral et des contrats sociaux profondément ancrés dans notre société contemporaine tel que celle du don et contre-don, évoqué par l'anthropologue Marcel Mauss. Dans le cas des réseaux socio-numériques, on parle alors de réciprocité généralisée : nous publions des photos ou d'autres contenus en échange de quoi nous attendons des réactions. L'anthropologue et fondateur de l'école de Palo Alto⁵⁰, Gregory Bateson, nous fait par ailleurs savoir que « communiquer, c'est entrer dans l'orchestre ». Si nous voulons être entendus, nous devons utiliser le même langage que le groupe dans lequel nous nous trouvons, et surtout ne pas « dissoner ».⁵¹

La mise en scène du soi au travers du selfie, par exemple, porte à la fois un objectif de distinction, d'acceptation de soi et d'appartenance : le sujet montre à la fois ce qu'il est en tant que personne à part entière, renvoyant par la même occasion l'image qu'il a de lui-même, et démontre qu'il ressemble aux autres dans sa pratique du téléphone mobile, dans son style vestimentaire, ou dans le lieu choisi pour prendre sa photo, etc. Paul, un sans-abri de 21 ans résidant à Rennes, enquêté lui aussi par la docteure en science de l'éducation Marianne Trainoir, a pu de cette manière se montrer sous son meilleur jour à une époque où il a travaillé dans un magasin de sport, alors qu'il était de passage à Paris.⁵² Ses publications avaient alors suscité de nombreuses réactions positives à son égard. Autrement, aucune photo sur son téléphone ne rend témoignage de sa vie de sans domicile fixe et d'errance dans les rues. La volonté de se prendre en photo, et le choix de les avoir publiées sur les réseaux sociaux quand il vivait à Paris révèlent que Paul avait une meilleure estime de lui à ce moment précis de sa vie. Le jeune homme s'est approprié les stéréotypes culturels dans la pratique du selfie avec tout ce qu'ils comprennent de notions de mise à distance, au sens propre comme au figuré : le geste du bras tendu avec le téléphone dans la main, la vision que l'on a de soi, la vision supposée que peuvent avoir les autres sur soi-même. L'objectif étant la quête d'une « récompense », incarnée par les réactions positives sur le réseau social numérique, et de lui accorder une place plus importante que sa

⁵⁰ L'École de Palo Alto désigne un groupe d'hommes qui ont travaillé ensemble dans les années 1950, autour des théories de la communication et de la relation entre les individus. Il représente un courant de pensée et de recherche ayant pris le nom de la ville de Palo Alto en Californie. C'est une référence en psychologie et psychosociologie, ainsi qu'en SIC, en rapport avec les concepts de la cybernétique (étude des mécaniques d'information et des systèmes complexes en vue de leur standardisation).

⁵¹ *Op.cit.* p.20

⁵² Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.315

propre opinion dans son esprit. Pour le sociologue spécialisé dans les usages d'Internet Dominique Cardon, le selfie est le fruit d'une considération plus complexe :

La forme de réflexivité, dont le geste du selfie témoigne, est révélatrice de la manière dont les nouvelles technologies de communication permettent d'insérer la distance à soi dans les pratiques de production de soi. Les internautes se regardent eux-mêmes depuis un point de vue extérieur, une sorte de voix-off les pousse à introduire un décalage, un calcul entre leur personne et la représentation qu'ils confectionnent pour les autres.⁵³

En 2018, une étude menée par l'opérateur en téléphonie Orange et Opinionway montre que 62% de leurs enquêtés français utilisent des groupes de messagerie instantanée et 49% partagent des messages, photos et vidéos sur ces réseaux sociaux.⁵⁴ Ainsi, les pratiques numériques comme les selfies, les photos et vidéos, et leur partage sur les réseaux sociaux constituent en eux-mêmes une culture de la convergence de par leur aspect homogène, qui se retrouve par ailleurs sur les différents continents. Cette culture en est devenue universelle car elle a su dépasser les ethnocentrismes et sociocentrismes, ainsi que les frontières établies entre les classes sociales.

6 En solo

Une autre forme de pratique, tout aussi culturelle, colore les publications sur les réseaux socio-numérique : l'expression du soi intérieur. C'est l'occasion d'exprimer une émotion, un sentiment, un ressenti. Laurence Allard émet l'hypothèse que « le téléphone mobile, tout en demeurant une technologie de communication avec autrui, devient également un authentique moyen de communication de soi avec soi-même. ».⁵⁵ Le téléphone mobile devient alors support de réflexion et de créativité, au même titre qu'un journal intime. Marianne Trainoir nous indique, quant à elle, que « les pratiques numériques quotidiennes permettent en revanche de se raconter de manière morcelée (...). A ce titre, elles sont un support notable du maintien de soi. »⁵⁶ pour les personnes sans-abri. A défaut d'avoir des réactions sur les réseaux sociaux, la personne sans-abri peut dans une certaine mesure échanger avec « elle-même ». La possibilité

⁵³ Cardon, Dominique, 2019, *Culture Numérique*, SciencesPo Les Presses, p.183

⁵⁴ Observatoire des usages du digital Opinionway pour Orange - 2018

⁵⁵ Allard, Laurence, 2014, *Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme media de la voix intérieure. Entre double agir communicationnel et continuum disjonctif somatechnologique*. Téléphone Mobile et Création, Armand Colin. p.1

⁵⁶ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.333

qu'elle a de replonger dans ses souvenirs numériques lui permet une prise de recul sur elle-même, à la condition que les « traces » laissées ne soient pas trop disparates dans le temps. En plus de ces pratiques sur les réseaux socio-numériques, les passages en revue de photos, vidéos, musiques, historiques de messages échangés en privé, ou notes sur le téléphone mobile font également partie des usages nécessaires au maintien du soi.

Ainsi les contenus postés sur les plateformes numériques d'une part, et les documents numériques (photos, vidéos, musiques, notes) personnels et non partagés, conservés dans la mémoire du téléphone, d'autre part, constituent des points d'ancrage pour le sans-abri et incarnent dans leur ensemble une certaine « identité numérique ». Le téléphone mobile devient alors un objet « fétiche », aidant à maintenir un sentiment de sécurité en renvoyant en partie une certaine conscience de soi. Ainsi cet objet numérique, en tant que support de mémoire, tient une place particulièrement importante. Il permet, dans un environnement hostile, de tisser des habitudes et de créer une « niche de sécurité ontologique ».⁵⁷ Nous pourrions pousser cette réflexion en déduisant que le téléphone portable est devenu d'une certaine façon un lieu de « résidence numérique » dans la mesure où il renvoie une image personnelle de son propriétaire, le rassure et lui permet de s'isoler tout en étant itinérant.

Nous avons donc pu voir dans quelle mesure le téléphone mobile pouvait jouer un rôle important dans la construction identitaire d'un individu vivant dans une situation précaire. Le maintien des liens familiaux, le développement des réseaux, la prise de recul sur soi – dans notre mise en scène sur les plateformes digitales ou dans la relecture de nos traces numériques –, la transition entre deux cultures, ou les pratiques culturelles communes (production de contenus, selfies...) font partie des éléments structurants identitaires propres à notre époque, parce qu'issus de nos pratiques numériques.

La maîtrise de l'outil numérique, dans ses fonctions basiques comme au travers des réseaux socio-numériques donnent une certaine consistance à l'existence d'une personne sans-abri. De son acquisition, jusqu'à sa domestication, en passant par le fait de devoir le conserver, le recharger régulièrement, se procurer des accessoires additionnels, trouver un accès gratuit à une borne Wifi, etc. obligent l'utilisateur à rester en contact avec un certain nombre de personnes autour de lui. Le sans-abri, propriétaire d'un téléphone portable, est donc reconnu en tant que

⁵⁷ Soulet, Marc-Henry, 2007, *La reconnaissance du travail social palliatif*, Dépendances n°33, p.15

tel, au même titre que la majorité des individus qui peuplent notre monde et qui en possèdent un.

Les informations renvoyées par le téléphone, devenu à cette occasion confident et compagnon d'infortune, permettent à leur façon de se situer en tant qu'individu dans un groupe social, et reflètent à la fois une certaine image et une conscience de soi. Le sentiment de sécurité que la personne sans-abri entretient autour de l'objet technologique, devenu fétiche, prend une dimension particulière dans le sens où celui-ci est devenu un « lieu de résidence » et l'aide à se maintenir au quotidien.

B - Le maintien des liens sociaux

Si le téléphone mobile aide à se trouver un hébergement d'urgence en appelant le 115 dans les cas les plus extrêmes, il permet également d'entretenir des relations sociales sur la durée. Parmi elles, certaines peuvent apporter pour le sans-abri du réconfort et un sentiment de sécurité. En effet, la création et le maintien de ces relations justifient d'une part une position sociale (au sein d'une famille, d'un groupe d'amis, d'une association...) et d'autre part elles contribuent à la gestion des ressources sociales qu'elles peuvent apporter.

1 Les liens familiaux

La plupart des bénéficiaires du Secours Catholique avec qui je me suis entretenue m'ont indiqué qu'ils échangeaient le plus souvent, par l'intermédiaire de leurs téléphones portables, avec les membres de leurs familles et ce de la même façon que dans la « vraie vie », dans le sens où les langages utilisés au téléphone sont semblables à ceux pratiqués en face à face. Le cercle familial constitue pour eux ce que l'on appelle des liens « forts » tels que définis par le sociologue américain, spécialisé dans les études des réseaux sociaux Mark Granovetter.⁵⁸ Ces interactions sont en effet soutenues et fréquentes, et caractérisées par une certaine intensité émotionnelle et un degré d'intimité si tant est que les contenus des échanges effectués au téléphone sont identiques à ceux effectués en face à face. Une étude menée par la sociologue Laura Guérin au

⁵⁸ Mark S., Granovetter, 1973, *The Strength of Weak Ties*, The American Journal of Sociology, Vol. 78, No. 6. p.1360-1380

sein de plusieurs résidences sociales témoigne de ce type de rapprochement entre migrants et leur familles restées dans leurs pays d'origine.⁵⁹ Ainsi, Bocar, résident de 60 ans, en parlant de son dernier-né, accompagnait son discours d'un diaporama des dernières photos envoyées par sa femme, restée en Afrique : « Eh oui ça, on envoie des photos comme ça oui, là regarde ! Il a son petit pull là sorti, regarde ! [...] il regarde dans le vide « regarde y a papa qu'est là-bas », mais il voit rien du tout, c'est la photo qui vient. ».

Les photos échangées par téléphone « réchauffent » les relations distanciées au sein des familles et effacent en quelque sorte la notion d'absence ressentie. Samba, un autre résident, témoigne : « Le portable, c'est bien, comme ça on sait tout, on est moins loin. On s'appelle par WhatsApp (système de messagerie) quand ils sont connectés. Mais je préfère recevoir des photos, oui, on s'envoie des photos parce que c'est plus concret. ».

Jusqu'à l'apparition du téléphone portable et sa démocratisation sur l'ensemble du pays dans le début des années 2000, les migrants étaient dépendants des cabines téléphoniques et des cartes à puce pour entretenir leurs relations extraterritoriales. Les contraintes liées aux décalages horaires, aux disponibilités des appelants et des appelés mais aussi aux coûts des communications rendaient le maintien des liens familiaux difficile. Pour la sociologue Dana Diminescu, spécialisée dans les diasporas, « le migrant s'approche du navigateur. Il est de moins en moins déraciné, désormais, il est connecté. ».⁶⁰ Le téléphone portable accompagne le migrant tout au long de son parcours, de la prise de décision du départ de son pays d'origine jusqu'à son arrivée à destination. Il peut ainsi rester en contact et rassurer sa famille de manière constante, tout en activant ses relations, en s'informant sur les territoires à traverser, ou en tâchant de trouver des passeurs... Une forme de pression familiale voit alors le jour : « Car la famille qui est loin attend des nouvelles : raconter sur Facebook, au téléphone, tout cela devient le premier travail du migrant. » observe Dana Diminescu. Le téléphone mobile et ses fonctionnalités ont pris une place essentielle et incontournable dans la vie du migrant aujourd'hui, et ont très largement dépassé les simples appels téléphoniques réduits à leurs seuls sens informatifs, d'il y a vingt ans.

⁵⁹ Guérin, Laura, 2019, *Le portable comme « chez soi » dans un contexte de précarité résidentielle*, Socio-anthropologie 40 | 2019, p.101

⁶⁰ Radio France Culture, Questions Numériques Dana Diminescu : aujourd'hui le migrant est connecté, et non plus un « déraciné », 2015 <https://www.franceculture.fr/politique/questions-numeriques-dana-diminescu-aujourd'hui-le-migrant-est-connecte-et-non-plus-un>

D'autre part « la fonction essentielle des liens forts est d'éviter, dans des situations de marginalisation sociale, le glissement vers l'isolement et l'exclusion. ».⁶¹ Pour Mark Granovetter, les liens forts se définissent également par le degré de ressource sociale, c'est-à-dire l'ensemble des ressources matérielles, immatérielles, symboliques auxquelles on a indirectement accès par l'intermédiaire de son réseau de relations. Barry Wellman, un autre sociologue américain, avait de son côté, confirmé que malgré les distances géographiques, les relations interpersonnelles étaient entretenues, et les liens de solidarités renforcés. La cohésion sociale ainsi conservée rappelle à chacun son appartenance au groupe social.⁶² La jeune mère de famille, Aïssatou, que j'avais rencontré au Secours Catholique, ne maîtrise pas encore bien la langue française, ce qui participe sans doute à son isolement. Elle appelle donc sa famille et sa mère en particulier, qui est restée en Afrique quotidiennement afin de lui apporter le soutien moral nécessaire et compenser, par la même occasion, la faiblesse de ses liens sociaux.

Dès la fin du XIX^{ème} siècle, Emile Durkheim avait positionné l'environnement professionnel en second élément intégrateur après l'environnement familial. Un bon nombre d'études et de recherches en sociologie, dont celle du sociologue Claude Martin⁶³, ou bien celle de Robert Castel⁶⁴, ont depuis démontré que la famille constituait le premier élément intégrateur et protecteur pour un individu. Norbert Elias est allé plus loin dans sa théorie en avançant que « La structure familiale, c'est-à-dire la forme socialement établie de relation entre l'homme, la femme et l'enfant, évolue en corrélation avec – et correspond à – la société plus vaste dont elle fait partie. ».⁶⁵ En évoluant avec les changements sociétaux et technologiques, la cellule familiale reste un rempart contre l'isolement et l'exclusion dès lors que nous entretenons avec elle, par n'importe quel moyen de communication, des relations privilégiées et régulières. L'utilisation du téléphone portable, sous ses différentes formes (appels téléphoniques en modes audio ou vidéo, échanges de messages, de photos ou vidéos, etc.) dans le cas présent est une suite logique aux relations déjà profondément inscrites dans notre histoire sociale. Par ailleurs, les contenus échangés au sein d'une famille grâce à cet outil de communication, aident à maintenir une certaine confiance et une considération mutuelle et permettent en parallèle de

⁶¹ Rivière, Carole-Anne, 2001, *Le téléphone : un facteur d'intégration sociale*, Economie et Statistique, No 345, p.12

⁶² Wellman, Barry, 1979, *The Community Question : The Intimate Networks of East Yorkers*, The American Journal of Sociology, Vol.84, No.5., p.1201-1228

⁶³ Martin, Claude, 1992, *Transitions familiales : évolution du réseau social et familial après la désunion et modes de régulation sociale*. Thèse de doctorat en sociologie. Université de Paris VIII.

⁶⁴ Castel, Robert, 1991, *L'Etat providence et la famille : le partage précaire de la gestion des risques sociaux*, dans F.de Singly et F. Schultheis.

⁶⁵ Elias, Norbert, 2010, *Au-delà de Freud, Sociologie, Psychologie, Psychanalyse*, La Découverte, p.107

compenser les sentiments de manque qui peuvent surgir en cas d'éloignement géographique. Pour l'ethnologue et professeure émérite Martine Segalen, la famille demeure une institution qui a su s'adapter et se transformer face aux bouleversements des dernières décennies. L'allongement de la durée de vie, les nouveaux schémas familiaux et les flux migratoires ont redéfini la nature du lien familial.⁶⁶ C'est donc naturellement qu'elle a su faire du téléphone mobile, et des outils numériques au sens plus large, des atouts utiles à son maintien, voire à son renforcement.

2 Les liens amicaux

Dans notre travail de recherche, nous avons pu identifier deux catégories d'amis qui entourent les sans-abris : ceux issus de leurs vies passées, en lien avec leur scolarité ou leur ancien travail par exemple, et ceux avec qui ils interagissent au quotidien et qui font partie de leur environnement immédiat : hébergements sociaux, lieux d'accueil, ou à la rue notamment. Chloé, une jeune sans-abri de 18 ans vivant à Rennes, rencontrée par Marianne Trainoir, avait ainsi conservé des liens d'amitiés virtuels avec ses anciens contacts de collègue et lycée dans son compte Facebook. Mais ses échanges sur la plateforme numérique s'adressent surtout à ses amis de la rue, notamment à l'occasion de « free parties » (fêtes de musique techno ou électro gratuites, organisées en clandestinité, dont les informations sont transmises aux participants par téléphone quelques heures avant le début de l'évènement). Sa vie de sans-abri n'ayant plus d'intérêt commun avec celles de ses anciens copains d'écoles, Chloé a préféré entretenir et développer des liens sociaux avec des personnes auxquelles elle s'identifiera le plus.⁶⁷ Kenny, un ancien SDF qui a passé dix-sept ans de sa vie dans la rue, nous explique dans une vidéo l'importance d'appartenir à un groupe d'amis. Cette intégration dans une communauté lui apporte une certaine considération, qui lui est « vitale » selon lui. Ces amis de la rue sont devenus une famille dans le sens où ils lui apportent un certain sentiment de sécurité entre autres.⁶⁸ Myriam, une sans-abri de 46 ans, qui vivait à Paris puis à Rennes que nous avons décrite précédemment, considère également ses amis sans-abri comme une famille. Selon les cas, elle occupera le statut de « mère » ou de « grande sœur », justifiant par là une position sociale au sein de sa communauté. Ses pratiques numériques avec ses amis se feront de manière

⁶⁶ Segalen, Martine, 2012, *Comment va la famille ?* Cahier Français N°371, p.6-7

⁶⁷ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.256

⁶⁸ Brut., 2019, *Sans abri pendant 17 ans, Kenny raconte sa première nuit à la rue*, <https://www.youtube.com/watch?v=0yKMT0amob4>

régulière au travers d'appels téléphoniques, d'envois de SMS, d'échanges de photos, vidéos (notamment à l'occasion de soirées festives), la plupart du temps faits en centres d'hébergement, seuls endroits où elle peut avoir un accès à internet gratuitement. Ces communications l'aident au quotidien à renforcer ses liens sociaux.⁶⁹ L'ancien sans-domicile-fixe, Christian Page, considère l'ensemble de sa communauté de followers également comme une famille. Il compte ainsi sur ses relations de la rue, les associations et les personnalités médiatiques pour réagir à ses tweets, tantôt répréhensifs, tantôt bienveillants. La plupart de ses tweets commence par « Salut la famille... », forçant par là un rapprochement et créant une solidarité au sein de sa communauté sur Twitter (voir annexe 3 ci-après).

Annexe 3 :



⁶⁹ Op.cit. p.268

Nous avons commencé notre chapitre en avançant la théorie de Emile Durkheim selon laquelle l'intégration sociale devait passer par le partage de buts et de passions communes. Les « free parties » auxquelles assiste la jeune Chloé, ou les soirées festives de Myriam dans les centres d'hébergement, font partie des moments importants de leurs vies sociales. Les liens d'amitiés construits au sein des communautés de sans-abris protègent ainsi leurs membres de l'exclusion et de l'isolement. Leurs histoires communes qui les ont amenés jusqu'à la rue (perte d'un parent, éloignement précoce avec la cellule familiale, Aide Sociale à l'Enfance, violence, immigration...) ont jeté les bases des premières relations amicales. Renforcées par la suite grâce au temps et à la confiance mutuelle, elles prennent alors la forme d'une solidarité entre les personnes en grande précarité. Ainsi, les associations caritatives telles que le Secours Catholique, ou les Restos du Cœur, au sein desquelles j'ai pu effectuer des permanences et des maraudes, peuvent rester informées quant à la situation de leurs bénéficiaires, lorsque certains d'entre eux sont absents lors de la distribution de repas ou de colis alimentaires. Les informations transmises par leurs amis avec qui ils sont régulièrement en contact, par le biais du téléphone portable notamment, entretiennent un système de veille permanent. Cette solidarité peut, dans le sens où elle apporte une aide et une certaine sécurité (matérielle et alimentaire), faire partie des ressources sociales évoquées par Mark S. Granovetter. Pour la sociologue Claire Bidart, le soutien moral et matériel échangés entre les individus, et basé sur la confiance entre dans la définition de l'amitié.⁷⁰ Les échanges réguliers effectués par le biais du téléphone portable, ajoutés à ceux vécus en face à face, font de ces amitiés des liens forts, et empêchent les individus de basculer dans une situation d'isolement ou d'exclusion.

Pour le chercheur Antonio A. Casilli, la notion d'amitié a pris une toute autre dimension au travers des réseaux socio-numériques. Selon lui, les contacts créés exclusivement sur le net ont un objectif fonctionnel.⁷¹ Suivant la plateforme où va se faire la connexion, le lien social aura pour but de développer une relation amoureuse, se trouver un travail, faire du troc... Le soutien moral et la confiance n'ont pas leur place dans de tels dispositifs. L'emploi à outrance du terme « ami » sur Facebook a dénaturé son essence en y incluant les liens faibles et éphémères largement répandus sur la plateforme, ainsi que les suggestions d'amis savamment sélectionnées, fruits de puissants algorithmes.

⁷⁰ Bidart, Claire, 1997, *L'amitié, un lien social*, La Découverte, p.20,24

⁷¹ Casilli, Antonio A. 2010, *Les liaisons numériques, vers une nouvelle sociabilité ?*, Editions du Seuil, collection « La couleur des idées », p.270

Pour les sans-abris, l'amitié n'existe que si elle est vécue en face-à-face. Le téléphone portable se traduit davantage comme un moyen de conserver, d'enrichir et de protéger des liens déjà existants dans la vie réelle, plutôt que de développer un capital social qui s'avérerait instable. Le « SDF 2.0 » Christian Page n'hésite pas, ainsi, à tweeter des appels à l'aide afin de soutenir un couple d'amis, ou une mère et sa fille, eux-aussi sans-abris et avec qui il échange de visu (voir annexe 4 ci-après).

Annexe 4 :



La communauté qu'il s'est créée par le biais de son compte Twitter et via son smartphone, constitue un moyen de lutter contre la précarité et de préserver ses liens amicaux. « Quarante-vingt-dix pour cent du temps, on se voit en face à face, pour ce qui est des amis proches. Sinon c'est les réseaux sociaux, Twitter... » me confiait-il au téléphone.

3 Les liens avec les associations et les travailleurs sociaux

Dans son ouvrage, Mark S. Granovetter avait avancé une théorie selon laquelle les liens faibles apporteraient davantage de ressources sociales que les liens forts. Ces liens faibles, souvent extérieurs aux cercles familiaux se caractérisent par la rareté des contacts effectués avec eux et par leur diversité. Ces liens faibles permettent aux individus d'entrer en relation avec de nouveaux groupes sociaux et d'accéder à des ressources auxquelles ils n'auraient pas pensé s'ils étaient restés enfermés dans un cercle composé uniquement de liens forts (famille et amis proches essentiellement). Ainsi, le développement de ces liens faibles augmenterait ses chances de se trouver un logement ou un emploi par exemple. Ils sont, de ce fait, opératoires : « selon le principe de la « boule de neige » car il est à la fois cause et effet : l'accumulation de liens spécialisés et diversifiés est un instrument central pour s'élever dans la hiérarchie sociale. ».⁷²

Les associations caritatives et les travailleurs sociaux avec qui les sans-abris sont en relation font partis de ces liens faibles, dans la mesure où ils représentent des liens sociaux secondaires. Les assistantes sociales auprès de qui les personnes en situation de précarité vont se tourner, vont représenter un secours dès lors que leur mission est de les aider à se loger, se laver et à se nourrir, tout en les accompagnant dans leurs démarches administratives, s'ils remplissent les conditions légitimes à l'obtention de ces services. Les associations, à leurs tours, aideront ces personnes en les nourrissant et les équipant (distribution de colis alimentaires, de vêtements et petits électroménagers). Posséder un téléphone portable permet à son propriétaire d'être accessible à n'importe quelle heure de la journée, pour tous ces acteurs sociaux, devenus indispensables à sa survie. Réciproquement, le sans-abri peut demander de l'aide aux associations en les appelant ou en leur envoyant un message, de manière tout aussi flexible.

Après avoir constaté qu'une majorité de sans-abris était pourvue en équipement numérique, et notamment en téléphones portables, des associations ont développé des services spécifiques à leur usage. Ainsi, l'association Emmaüs fondée par l'Abbé Pierre en 1954 a créé il y a sept ans une nouvelle branche nommée Emmaüs Connect. Son objectif est de « faire du numérique un levier d'insertion », en mettant à disposition du matériel numérique (ordinateurs, tablettes, téléphones) gratuitement ou à des prix avantageux, en proposant des ateliers de formation afin de maîtriser au mieux ces outils et devenir par la suite autonome dans les démarches administratives et les recherches d'emplois. Leurs centres d'accueil permettent également aux

⁷² Kaufmann, Jean-Claude, 1994, *Vie hors couple, isolement et lien social : figures de l'inscription relationnelle*, Revue française de sociologie, p.11

sans-abris de recharger les batteries de leurs équipements numériques. Des applications numériques et des pages Facebook dédiées ont également vu le jour, avec pour but d'améliorer les conditions de vie des plus précaires. L'association « Entourage » par exemple, invite les utilisateurs de son application digitale, selon qu'ils soient sans-abri ou non, à demander ou à proposer de l'aide dans le périmètre de leur quartier avec un système de mise en relation. Des rencontres amicales, des appels téléphoniques réguliers, ou des dons font partie des actions proposées par la plateforme digitale, l'objectif d'Entourage étant « d'offrir un réseau à ceux qui n'en ont pas ». Des vidéos de sensibilisation permettent aux nouveaux aidants de briser les a priori que l'on peut avoir vis-à-vis des SDF et expliquent, de manière pédagogique, comment les aborder en toute confiance. Une cartographie avec différents types de services est proposée aux sans-abris (centres d'hébergement, dons de vêtements, nourriture, douche...). L'application Soliguide, proposée par l'association Solinum, aide également les plus démunis à trouver des biens et des services correspondant à leurs besoins vitaux, et également ceux nécessaires à leur réinsertion sociale : conseils administratifs et juridiques, cours de français, formation, emplois, activités culturelles... Une autre application, nommée « Homeless Plus » permet également un contact direct avec des sans-abris, en incluant une notion d'anti-gaspillage alimentaire.

Les acteurs sociaux et les associations ont fait du téléphone portable un atout dans l'accompagnement des personnes en difficulté. Il est devenu le moyen de rester connecté, de manière continue, avec leurs bénéficiaires et de les faire gagner en autonomie dans la maîtrise de l'outil. Il permet un meilleur suivi auprès des personnes précaires, mais aussi un changement de perception de la part du grand public.

Conclusion de la première partie

Le téléphone portable aide les personnes en situation de précarité à maintenir et renforcer leurs liens familiaux, amicaux et avec les acteurs sociaux qui les entourent. Les interactions régulières effectuées par le biais de cet outil technologique les protègent de l'isolement et les obligent en quelque sorte à jouer un rôle de vigile vis-à-vis de leur communauté. Les échanges téléphoniques avec les familles rassurent et permettent d'effacer le sentiment de déracinement que peuvent ressentir les migrants. Les amis jouent également un rôle protecteur et aident à maintenir une vie sociale en échangeant des nouvelles ou en proposant des activités collectives. Les associations caritatives ont, de leurs côtés, pris conscience du rôle socialisant qu'occupait

le téléphone portable dans la vie des personnes sans-abri et, avec les moyens mis à leurs dispositions, de développer des services digitaux dédiés à leur communauté. Le téléphone mobile redéfinit ainsi peu à peu la position qu'occupe un sans-abri : tantôt « navigateur » pour le migrant (dixit Dana Diminescu), tantôt « vigile » aux yeux des associations et des assistants sociaux, tantôt « bon copain » ou « confident » au sein de sa communauté. Ces différents rôles motivent le sans-abri à entretenir ses liens sociaux, notamment grâce au téléphone.

Cette première partie nous a donc démontré que le téléphone mobile dépassait largement sa fonction d'outil de communication dans la vie du sans-abri. Sa maîtrise, sa participation dans la construction identitaire et le maintien des liens sociaux qu'il offre, permet aux sans-abris de se maintenir eux-mêmes. Le téléphone incarne à lui-seul, de par les échanges, les photos et les vidéos qu'il garde en mémoire, les différents groupes sociaux auxquels ils appartiennent : communauté de sans-abris, familles, amis, associations etc. Il est définitivement un facteur d'intégration dès lors qu'il est pratiqué au quotidien, dans l'interaction régulière avec sa ou ses communauté(s) et qu'il permet la mise en relation avec des tiers.

Deuxième partie : Le marketing digital adressé aux personnes précaires

Selon les types de produits ou de services qu'elles proposent, les marques choisiront de plus ou moins segmenter leurs cibles et adresser leurs campagnes en fonction. Parmi les destinataires de ces messages communicationnels se trouvent les personnes économiquement fragiles. Des campagnes promotionnelles adressées au grand public auront pour effet de réduire ou au contraire, d'exacerber le sentiment d'exclusion que peuvent ressentir les personnes précaires. Jusqu'au lancement du forfait d'abonnement de téléphonie mobile à deux euros par mois, sans engagement, par l'opérateur et fournisseur d'accès à internet Free, en 2012, l'accès aux téléphones portables pour les personnes précaires était particulièrement difficile. Les autres opérateurs de téléphonie, tel que Orange, Bouygues ou encore SFR n'ont pas eu d'autre choix que de proposer à leur tour leur forfait à moindre coût, au travers de nouvelles marques comme Sosh, B&You et Red avec des heures d'appels téléphoniques et un accès à internet définis, afin de concurrencer Free. Cette bataille commerciale a été une aubaine pour ceux dont le budget ne permettait pas un usage élargi du téléphone mobile. Les étudiants au budget restreint, les smicards, voire même les personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté ont alors eu accès plus facilement aux services de téléphonie mobile, permettant par-là l'enrichissement et le renforcement de leurs relations sociales. Cependant, la souscription à un abonnement de forfait téléphonique n'est pas à la portée de tous. Il faut pour cela posséder un compte bancaire, ce qui induit d'avoir une situation régulière en France (une pièce d'identité en cours de validité est obligatoire), une stabilité économique et une adresse de domiciliation, a minima. Les sans domicile fixe sont donc difficilement éligibles à ce type de dispositif et c'est pourquoi, beaucoup d'entre eux utilisent des cartes prépayées (66% en 2018⁷³). L'association Emmaüs Connect, en partenariat avec SFR, propose aux sans-abris des cartes prépayées à des tarifs avantageux et des téléphones mobiles d'occasion reconditionnés, tout en les accompagnant dans leur formation aux pratiques numériques et dans leurs relations commerciales avec les opérateurs téléphoniques (notamment en cas de litiges, qui peuvent être liés à des défauts de paiements concernant des abonnements antérieurs...). Les marques de téléphonie mobile

⁷³ Solinum. 2019, *Les sans-abri et le numérique : Équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018*.

offrent ainsi leurs services à tous les types de consommateurs, peu importe leurs situations sociales et économiques.

Qu'en est-il des autres marques ? Alors que la plupart des sites web institutionnels se doivent aujourd'hui d'être « responsive »⁷⁴, voire même « mobile first »⁷⁵, afin de se garantir un référencement optimisé sur Google et donc une visibilité importante aux yeux du grand public, comment les personnes en situation de précarité évoluent dans cette société de consommation dématérialisée ? C'est ce que nous tâcherons d'approfondir dans ce chapitre, en gardant à l'esprit l'aspect socialisant du téléphone portable.

A - La consommation au travers du téléphone en tant que moyen de socialisation

Le développement des pratiques numériques s'est accompagné inexorablement de celui du e-commerce. Le marché de la vente en ligne connaît un essor particulier depuis quelques années sur notre territoire et tel que l'annonce la Fédération E-Commerce et Vente à Distance (FEVAD) dans son bilan de l'année 2019 : « L'e-commerce aux particuliers maintient son dynamisme, porté par l'augmentation du nombre d'acheteurs et de la fréquence d'achat, le développement de nouvelles offres et de nouveaux services aux clients. Cette croissance profite aussi de la progression des achats sur mobile. ».⁷⁶

Ainsi, le cap des 100 milliards d'euros en chiffre d'affaire aurait été atteint en 2019, dont 22% concernerait les achats effectués sur téléphone mobile. On notifie une progression de 13,4% par rapport à 2017. Par ailleurs, on comptabilise 38,8 millions de Français qui achètent sur internet, dont 13,8 millions ont déjà effectué un achat sur leur téléphone mobile.⁷⁷ Les marques « pure players » (entreprises qui exercent leur activités commerciales uniquement sur internet) tout comme les marques « click and mortar » (l'anglicisme click and mortar, littéralement "clic et mortier", sert à qualifier une société traditionnelle qui a développé une activité économique en

⁷⁴ Technique de conception d'interface digitale qui fait en sorte que l'affichage d'une quelconque page d'un site s'adapte de façon automatique à la taille de l'écran du terminal qui le lit.

⁷⁵ L'expression mobile first désigne une stratégie d'entreprise ou marketing par laquelle l'essentiel des efforts et investissements sont réalisés à destination des utilisateurs et usages mobiles. Cette priorité donnée aux usages mobiles est en général une réponse aux évolutions des pratiques et comportements par lesquels les consommateurs utilisent de plus en plus leurs smartphones.

⁷⁶ Les Chiffres Clés 2019 – Fédération E-Commerce et Vente à Distance – Juin 2019

⁷⁷ Source Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet – T1 2019

ligne) ont su faire évoluer leurs stratégies commerciales en observant les comportements des consommateurs, tout en restant vigilants et réactifs face à la concurrence étrangère.

Les achats en ligne, et en particulier ceux effectués sur le téléphone mobile sont devenus des actes courants et banalisés, facilités par l'amélioration des services proposés (comparateurs de prix, optimisation des délais de livraison, personnalisation des prestations...). Le perfectionnement de l'expérience client devient, par ailleurs, le graal des marques, qui ont conscientisé l'idée que les internautes étaient devenus les garants de leur e-réputation.⁷⁸

Autrement dit, consommer en ligne est devenu un acte social dès lors qu'il y a interaction avec les marques en question, mais aussi avec les communautés d'internautes auprès de qui l'expérience client sera partagée.

1 Les plateformes de consommation collaboratives

L'accession au réseau internet au début des années 2000 et le développement des réseaux socio-numériques ont fait apparaître des formes virtuelles de places de marchés, où s'échangent, se négocient, et se vendent des objets et services entre particuliers. Parmi celles-ci est née en 2006 le site Leboncoin.fr. Totalement gratuit pour les particuliers, ce site permet en premier lieu de se débarrasser d'objets devenus encombrants, en les donnant ou les vendant à des coûts raisonnables et donc accessibles à un large public. Ce site a peu à peu évolué en fonction des besoins des vendeurs et acheteurs, et sont devenus (à leur insu ?) par ailleurs producteurs de contenus créatifs : l'annonce publiée sur le site doit en effet attirer l'œil du chaland et provoquer une prise de contact. L'utilisation de ce site requiert donc de savoir à minima lire et écrire correctement la langue française, et de « savoir vendre » pour avoir une chance de céder son produit à un prix qui lui semble raisonnable. Bien que ces sites, dits collaboratifs, mettent en relation beaucoup de personnes aux situations sociales et professionnelles variées, des études récentes ont constaté que les principaux acteurs de ce type de plateformes profitaient davantage à la classe moyenne, et aux CSP+.⁷⁹ Trois types de motivations principales ont notamment été identifiées. Tout d'abord économique : c'est un moyen simple de trouver des produits ou des services pas chers, et de se faire de l'argent facilement ; le co-voiturage et la vente de produit

⁷⁸ L'e-réputation est la réputation sur le web d'une marque, d'une entreprise ou d'une personne physique. Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font.

⁷⁹ Malardé, Vincent, Pénard, Thierry, 2019, *Air B&B, Blablacar, Le Bon Coin...à qui bénéficient les plateformes de consommation collaboratives ?* Direction Général du Trésor, Economie & Prévision, n°215

d'occasion font par ailleurs l'objet de considérations environnementales ; enfin ces moyens de transactions digitaux entre particuliers favorisent le lien social et rendent le processus convivial. Autrement dit, consommer sur les plateformes collaboratives se résume à effectuer de bonnes actions...à condition de pouvoir régler ses achats en ligne (sous-entendu posséder un compte bancaire) et avoir suffisamment confiance envers son vendeur ou acquéreur, rencontré furtivement sur le site et/ou en face-à-face. Les personnes en situation précaire n'ont donc pas forcément les moyens ni la posture pour effectuer de tels échanges sur ces sites, pourtant inspirés des brocantes et des friperies apparus au XVIIème siècle et toujours existantes aujourd'hui, dans le but d'améliorer les conditions de vie des plus pauvres. Pour les chercheuses et maîtres de conférences Florence Benoît-Moreau, Eva Delacroix et Béatrice Parguel, ces sites collaboratifs ont finalement un effet plus stigmatisant plutôt que bénéfique pour les personnes précaires : « Pour les personnes en situation de pauvreté, les pratiques de consommation d'occasion leur rappellent leur incapacité à participer normalement à la société de consommation. » Acheter un produit d'une moindre qualité accentue le sentiment d'exclusion sociale, mais reste néanmoins préférable au don, au crédit ou au non-achat.⁸⁰

Néanmoins, il existe d'autres moyens de profiter de cette forme d'économie. Pour exemple, le réseau social Facebook, que l'on retrouve sur les différents supports numériques, permet à la fois de lutter contre l'exclusion et d'entretenir le marché des produits de seconde main au travers de groupes permettant des transactions commerciales à l'échelle locale (villes, départements). Ces groupes nous invitent à troquer des biens contre de la nourriture ou d'autres biens (voir annexe 5 ci-après) et y réunissent des membres issus de milieux sociaux différents.

⁸⁰ Benoît-Moreau, Florence, Delacroix, Eva, Parguel, Béatrice, 2017, *Les bénéfices de l'économie collaborative pour les consommateurs financièrement contraints : le cas des sites d'achat vente de seconde main*, Congrès de l'Association Française de Marketing.

Annexe 5 :



Eva Delacroix, et deux autres de ses pairs ont réalisé une étude auprès d'une communauté de femmes, pour la plupart mères de famille, sans emploi, sans moyen de locomotion et vivant

dans des villes et des bourgs plus ou moins enclavés des Hauts de France.⁸¹ Leur quotidien était principalement rythmé par les travaux ménagers et l'occupation des enfants. La possibilité de développer des réseaux d'amis était quasiment impossible du fait qu'elles n'avaient pas beaucoup de revenus et par la désertification croissante des communes rurales où elles vivaient. La susceptibilité de rencontrer de nouvelles personnes était pour elles utopique, si bien qu'elles ont su tirer parti de la plateforme sociale Facebook en intégrant des groupes d'échanges entre femmes « isolées ». Ces groupes sociaux remplissent ainsi plusieurs fonctions : échanges amicaux, échanges liés à la vie ménagère (recettes de cuisine, entretien de la maison, etc.), conseils autour de l'éducation des enfants... Facebook permet ici de combler le sentiment d'isolement ressenti par ces femmes, qui y retrouvent une forme de chaleur humaine et une solidarité. Une jeune mère de famille, âgée de 28 ans explique à ses enquêtrices :

Ma vie sociale est très vide, et Facebook y joue un rôle important. Je peux parler avec des amis malgré la distance, mais je vais aussi beaucoup sur des groupes de mamans où je rencontre de nouvelles personnes. [...] C'est toujours mieux d'avoir le contact réel, mais vous savez, quand on n'a pas le choix, quand vous ne connaissez plus personne dans votre quartier et que vous ne pouvez pas vous déplacer, c'est un plus. [...] ⁸²

En plus de pouvoir y échanger et y rencontrer virtuellement de nouvelles personnes, il est possible également d'y échanger des biens. Le fait de pouvoir réaliser des échanges commerciaux au sein d'un groupe appartenant à la même zone géographique, avec des conditions sociales et économiques similaires, met en confiance les usagers et encourage les transactions. Samantha, une autre mère de famille interrogée par Eva Delacroix, Hélène Gorge et Maude Herbert témoigne :

Je suis accro aux vêtements, mes quatre filles, elles ont une garde-robe, c'est un truc de malade. Heureusement qu'il y a Facebook, comme ça je peux acheter des choses qu'on ne trouve pas dans les magasins, ou qui sont dans les magasins mais on n'a pas été assez rapide pour aller les acheter. Et je vends, beaucoup, je vends beaucoup, dès que c'est trop petit, hop je mets en vente. Ça part tout seul. Comme ça, ça me fait un peu de sous aussi, une fois je me suis fait 250 euros en deux jours.⁸³

⁸¹ Delacroix, Eva, Gorge, Hélène, Herbert, Maude, 2017, *Isolement social et pauvreté : Facebook comme outil de désenclavement social ?*, Marketing et Pauvreté, EMS Editions, « Societing »

⁸² *Op.cit.* p. 190

⁸³ *Ibid.* p. 197

Ces échanges commerciaux entre personnes du même milieu social éloignent le sentiment de honte qui peut être lié au marché de l'occasion et favorise les interactions sociales. De nouveaux liens d'amitiés ont ainsi vu le jour suite à des échanges économiques sur ces groupes Facebook. Samantha a eu, de cette façon, la chance de pouvoir développer son réseau :

Y a des femmes que j'ai connues grâce aux ventes. Ben comme Aurélie, à la base je la connaissais pas. Et puis je l'ai vue plusieurs fois hein, pour les ventes, et du coup maintenant on se connaît. Et maintenant avec Aurélie, on se voit, quand elle vient voir ses parents, souvent je le sais et on se voit. J'en ai 2-3 comme ça qui sont devenues des copines, on se voit même quand on n'a rien à s'acheter, ou alors on se parle sur Facebook.⁸⁴

Facebook a joué ici le rôle d'intermédiaire entre des femmes à la situation économique fragile et la société de consommation. Sa facilité d'utilisation, son environnement rassurant et sécurisant, l'absence de dispositif de paiement en ligne et les échanges en face-à-face pour réaliser les transactions effacent le sentiment d'exclusion et encouragent la création de nouveaux liens sociaux. La plateforme socio-numérique, et notamment les groupes d'échanges qui s'y sont créés, donnent également le sentiment de pouvoir maîtriser son budget et redonnent à cette occasion une meilleure estime de soi.

L'enquête menée par Eva Delacroix et ses collaboratrices dans la région des Hauts-de-France met au jour par ailleurs des ambitions entrepreneuriales chez certaines utilisatrices de la plateforme. Stéphanie, l'une d'entre elles, a su mettre à profit ses talents de couturière :

La broderie c'est ma passion. Je n'ai pas de formation de couturière, mais ma mère était couturière donc quand j'étais petite, j'ai beaucoup fait la couture et la broderie à la maison. Je m'y suis remise, j'ai commencé à broder sur des protège carnets de santé, je faisais des cadeaux de naissance. Comme ça plaisait, je me suis dit que j'allais en faire profiter d'autres gens, je fais ça par passion, je veux faire profiter les autres. Et si ça rapporte aussi un peu d'argent, tant mieux. Grâce à cet argent, je peux acheter des cadeaux à mes enfants, et là j'économise aussi pour payer mon mariage.⁸⁵

⁸⁴ *Ibidem.* p.198

⁸⁵ Delacroix, Eva, Benoit-Moreau, Florence, Parguel, Béatrice, *L'Economie collaborative : Une opportunité pour les micro-entrepreneurs pauvres des pays développés ?* Marketing et Pauvreté, EMS Editions, « Societing », p. 170

Ainsi, les groupes d'échanges sur Facebook sont propices au développement d'une micro-économie, limitée à une communauté et une zone géographique définies. Bien que les taxes et les réglementations commerciales y sont inexistantes, les bénéfices économiques et sociaux qu'apporte ce marché parallèle de subsistance ont largement mis à l'écart les autres plateformes de consommation collaboratives aux yeux de leurs membres :

Moi je préfère Facebook, je n'achète presque plus sur Le Bon Coin, il y a trop d'arnaques. Sur Facebook, au moins on sait à qui on achète, même si on connaît pas les gens, on peut connaître leurs noms, voir leurs photos, etc. Moi par exemple, quand j'achète des vêtements pour mes enfants, je vais d'abord regarder à quoi ressemble la dame qui vend et les photos de ses enfants. Pour pas acheter à des "cassocés" quoi, être sûre que les vêtements sont propres. Sur Le Bon Coin, on peut pas faire ça, j'ai déjà eu des mauvaises surprises.⁸⁶ Raconte Aurélie, une des enquêtées de Eva Delacroix.

La proximité entre les vendeurs et les acheteurs et l'accès à leurs informations personnelles instaurent un climat de confiance et éloignent de ce fait les possibilités d'abus. Si les sites internet tels que Leboncoin.fr s'adressent à un public très large et hétérogène, dont les objectifs sont de répondre pour la plupart du temps à des besoins secondaires (se débarrasser d'objets, se faire de l'argent facile...), les groupes Facebook d'achat-vente de seconde main, notamment dans l'exemple cité dans ce chapitre, se veulent plus homogènes et réglementés de manière implicite. Leur principal objectif étant d'arrondir les fins de mois, les membres accordent de ce fait une attention toute particulière à la bonne tenue des transactions commerciales. On y observe des démarches professionnelles telles que la fidélisation d'une clientèle, l'optimisation de l'expérience client, la diversité des offres proposées par un même vendeur, etc. Ce que l'on ne retrouve pas forcément sur les sites de consommation collaboratives, plus enclins aux interactions commerciales spontanées et anonymes.

2 Les personnes pauvres : une cible stratégique ?

Les personnes pauvres sont un sujet d'intérêt pour les entreprises : à la fois sensibles aux campagnes marketing et pertinents dans leurs stratégies budgétaires. Ils sont la cible de réflexions autour des problématiques sociales et éthiques, pour lesquelles le grand public se montre de plus en plus soucieux et exigeant. En 2004, un chercheur en gestion américain

⁸⁶ *Op cit.* p.177

nommé Coimbatore Krishnarao Prahalad publie l'ouvrage « The Fortune at the Bottom of the Pyramid » où il expose une théorie selon laquelle les populations pauvres, vivant avec moins de 2,5 Dollars par jour et qui représentent 2,7 milliards de personnes dans le monde, constitueraient une base de consommateurs rentables.⁸⁷ L'exemple de la mise en vente de produits d'hygiène à destination des personnes pauvres en Inde, par le groupe Unilever en 2000 prouve qu'il est possible de se développer financièrement tout en apportant des solutions à des problèmes socio-économiques. Le livre se compose d'un certain nombre d'études de cas sur les entreprises qui ont prospéré avec de tels modèles. Depuis, de nombreuses entreprises se sont lancées dans la stratégie du « Bop » (Bottom Of the Pyramid) en faisant des populations pauvres leur cible principale ou bien comme levier de développement de leurs activités. D'abord initié dans les pays en voie de développement, des adeptes du « Bop » font leur apparition dans les pays développés. Auchan, par exemple, a depuis plusieurs années, déployé des « rayons en vrac » afin de répondre d'une part aux besoins budgétaires d'une partie de leur clientèle et d'autre part à des besoins environnementaux. Par la suite, d'autres modèles économiques inclusifs ont vu le jour : le Social Business, lancé par l'économiste bangladais et prix Nobel de la Paix Mohammad Yunus, encourageant l'auto-entrepreneuriat et le développement de biens et services dédiés aux personnes pauvres, et la « Transformative Consumer Research (TSR) » qui a pour but d'observer les comportements liés à la consommation des plus pauvres, notamment autour des sentiments d'exclusion, de marginalité ou de vulnérabilité, mais aussi dans leur façon de consommer : besoins, aspirations, motivations.⁸⁸ Le marché de la téléphonie mobile n'a pas échappé à la règle : les fabricants chinois ont peu à peu envahi ce secteur d'activité en proposant des téléphones portables accessibles à tous types de bourses, aussi performants (voire même plus) que ceux proposés par les américains ou les coréens. La production de masse et une baisse des marges ont permis d'intégrer un axe social dans leurs stratégies de conquête, et a permis à des millions de gens dans le monde d'acquérir un téléphone mobile dit « intelligent », avec une connexion à internet.

Cependant, un problème de positionnement se pose. Comment offrir des produits économiquement accessibles aux budgets limités, sans pour autant revêtir une image de « bas de gamme » ? La mauvaise réputation du « Made in China » a encore la vie dure en 2020. C'est pourquoi les fabricants chinois ont choisi de distinguer leurs gammes de téléphones à l'aide de

⁸⁷ Prahalad, Coimbatore Krishnarao, 2004, *The Fortune at the Bottom of the Pyramid*, Edition de l'Ecole Wharton, 432 pages

⁸⁸ Gorge, Hélène, Ozçaglar-Toulouse, Nil, 2017, *Les cadres théoriques et méthodologiques pour étudier la pauvreté en marketing*, Marketing et Pauvreté, EMS Edition, « Societing », p.93 - 113

marques spécifiques. Ainsi, Huawei propose des smartphones Honor à moins de 200 Euros, tout comme TCL à travers la marque Alcatel par exemple. Mais là encore, ces distinctions de marques peuvent avoir un effet stigmatisant pour les personnes pauvres.

D'après l'étude menée en 2018 par l'association Solinum, les téléphones mobiles sont souvent achetés à plein tarif par les personnes sans-abri (65%), ou bien donnés par une ou plusieurs personnes proches (33%)⁸⁹. L'acquisition de cet outil de communication d'une façon ou d'une autre nous fait, de manière systématique, participer à la société de consommation. Ainsi, la jeune Samira que j'avais rencontrée à l'accueil du Secours Catholique de Saint-Gratien m'avait confié avoir choisi le modèle iPhone principalement à cause de son image de marque. Une autre bénéficiaire, Aïssatou, possède un modèle Samsung qui lui a été conseillé. Khadija, une autre femme que j'avais interrogée, possède elle aussi un téléphone de la marque Samsung qu'elle a obtenu grâce à une offre promotionnelle. Ainsi, les marques de téléphonie mobile ont intégré un système de code, permettant à la fois de se distinguer et de se conformer en tant que groupe social à part entière, tel que l'a évoqué le philosophe Jean Baudrillard : « La conformité n'est pas l'égalisation des statuts, l'homogénéisation consciente du groupe, c'est le fait d'avoir en commun le même code, de partager les mêmes signes qui vous font différents tous ensemble, de tel autre groupe. »⁹⁰ Il précise par ailleurs que « la consommation se définit comme un système de communication et d'échange, comme code de signes continuellement émis et reçus et réinventés, comme langage ».⁹¹ De ce point de vue, posséder un téléphone portable nous donnerait donc le sentiment d'appartenir à une communauté, même si elle est très élargie. Faire usage d'une marque spécifique aiguiserait probablement ce sentiment d'appartenance et estomperait, dans le cas de nos personnes en situation précaire, la perception d'exclusion ressentie. Leila, une autre des bénéficiaires que j'avais rencontrée, a choisi d'être fidèle à la marque de téléphone Samsung : « C'est un modèle récent et actuel. Je n'utilise que cette marque parce qu'elle est facile à utiliser et les applications sont pratiques. ». Samsung a réussi dans le cas présent à conquérir et fidéliser Leila à l'aide de stratégies marketing définies et de l'optimisation de leur expérience utilisateur. En tant que membre de la communauté « Samsung », Leila peut légitimement servir de relai d'information au sein de son réseau social pour promouvoir la marque.

⁸⁹ Solinum. 2019, *Les sans-abri et le numérique : Équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018*.

⁹⁰ Baudrillard, Jean, 1970, *La Société de Consommation*, Gallimard, p.133

⁹¹ *Op Cit.* p.134

Avoir une situation sociale et économique fragile ne nous dispense pas de réfléchir, ni d'agir en tant que consommateur ordinaire : les personnes pauvres sont exposées aux mêmes campagnes publicitaires que les non-pauvres et des marques leur sont conseillées par leur entourage. La liberté dans le choix des marques qu'elles vont adopter ne colle plus vraiment à l'image populaire que l'on se fait du pauvre, qu'on imaginait jusqu'alors entravé par des restrictions économiques. Dans le cadre d'une recherche sur la thématique du « choix » en économie, menée par la sociologue Ana Perrin-Heredia, un conseiller en budget dans une association bancaire avait la certitude que « quand on n'a pas beaucoup d'argent, il faut arrêter les portables ».⁹² Les abonnements téléphoniques ont été, jusqu'à récemment, considérés comme des postes budgétaires « non-prioritaires » pour les commissions de surendettements, qui n'hésitent pas à les inclure dans des « forfaits » à ne pas dépasser. Ces forfaits comprenaient non seulement les abonnements téléphoniques, mais aussi des dépenses liées à la mobilité. Les personnes en situation de précarité ont su passer outre les considérations des institutions concernant leur usage du téléphone portable, notamment grâce à la possibilité de souscrire à des abonnements à partir de deux Euros par mois, ou bien de s'acheter des cartes prépayées à moindre coût. Selon Christian Page, l'ex sans-abri que j'avais interrogé par téléphone, il est également possible de se passer d'une carte SIM : « On peut avoir accès à Internet sans carte SIM. Maintenant il y a du Wifi partout à Paris, dans les bars, les restos, lieux publics...il suffit juste d'envoyer un message pour dire « rappelle-moi » et c'est bon. ».

Les personnes pauvres, notamment les sans-abris, ne vont pas exposer ostensiblement leurs téléphones portables, d'abord pour des raisons sécuritaires (risque de vol ou d'agression), mais aussi pour éviter les regards accusateurs des passants, ou voire même des acteurs sociaux comme l'indique la docteure en science de l'éducation Marianne Trainoir : « Ils cachent ces mêmes téléphones, symboles de richesse et d'intégration qu'ils croient ne pas avoir le droit de porter quand ils viennent demander de l'aide. Ainsi, ils répondent parfois au stigmate en adoptant l'attitude qu'ils pensent attendue d'eux [...] ». ⁹³ Néanmoins, ces dernières participent bel et bien au marché de la télécommunication en tant qu'utilisatrices intensives des téléphones mobiles, en tant que personnes libres dans le choix des marques qu'elles vont adopter et en tant que représentantes de la marque auprès de son entourage, au même titre que n'importe quel

⁹² Perrin-Heredia, Ana, 2013, *Le « Choix » en économie, le cas des consommateurs pauvres*, Revue Actes de la Recherche en Sciences Sociales N°199, Le Seuil, p.57

⁹³ Trainoir, Marianne, 2017, *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue*. Thèse de doctorat en Science de l'Éducation. Université Rennes 2. p.313

autre consommateur. L'accessibilité aux appareils de téléphonie mobile par les personnes pauvres, sous la forme de don ou d'achat a rendu leur marché économique plus inclusif.

Le développement du marché des téléphones reconditionnés a également ouvert l'accès aux consommateurs ayant des restrictions budgétaires importantes, mais également soucieuses des questions environnementales. L'acquisition de ce type de bien devient alors un acte citoyen et militant et positionne le consommateur en tant que serviteur de l'intérêt général. Les marques de téléphones et leurs prescripteurs invitent les utilisateurs à répondre à de nouvelles normes sociales et multiplient les références (origine du produit, certifications, labels, ...) permettant d'orienter les décisions d'achat. Cependant, « si le consommateur peut aujourd'hui prendre en compte de nouveaux critères marchands, il demeure individuellement acteur et responsable de son choix. » constate la sociologue spécialisée dans l'économie collaborative Sophie Dubuisson-Quellier.⁹⁴ Dans le cas de nos personnes en situation de pauvreté, ces dernières seront impliquées dans ce marché économique alternatif essentiellement pour des questions budgétaires et sociales. Les pratiques de consommation sont structurées, rappelons-le, par le groupe social auquel nous appartenons. Si le téléphone portable n'est pas acheté en plein tarif, il fera l'objet d'un don au sein de la communauté des sans-abris (Etude Solinum).

B – Une marque digitale peut-elle être inclusive ?

Lorsque Steve Jobs lança sur le marché le premier iPhone en 2007, ce dernier le présenta comme un outil révolutionnaire, accessible à tous dans son utilisation. Le développement des applications, ou « babys softwares » comme il les surnommait, a fait naître une nouvelle génération d'utilisateurs et d'industriels liés aux nouvelles technologies. Directement inspiré par ce que proposait les ordinateurs jusqu'alors (système de messagerie, lecture de fichiers musicaux et vidéos, albums photos...), la marque Apple a su réunir toutes ces fonctionnalités dans un seul appareil, en les joignant aux fonctions téléphoniques et de messagerie par SMS. Par ailleurs, l'accès au réseau internet par le téléphone a accéléré l'enrichissement des offres et des services numériques proposés au grand public. Les concurrents de Apple se sont mis alors à offrir leurs propres smartphones et bien qu'ils n'étaient pas accessibles à tous financièrement parlant, ils n'étaient pas pour autant réservés à une élite férue de nouvelles technologies et se

⁹⁴ Dubuisson-Quellier, Sophie, 2008, *De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : L'espace du choix dans la consommation*, Alternatives économiques n°39, « L'Economie politique », p.28

voulaient adaptés à tous les publics. Les marques digitales (ou Digital Native Vertical Brand)⁹⁵ ainsi que les marques « click and mortar » ont saisi cette opportunité en adaptant leurs pages web au format des téléphones portables ou en développant leurs propres applications mobiles. Elles ont pu s'adresser de cette façon à une cible beaucoup plus élargie. Les personnes en situation précaire font partie des destinataires auxquels s'adressent ces nouveaux entrepreneurs, même si cela peut être fait de manière involontaire.

Le terme « inclusion », fortement employé dans les médias ces dernières années se veut l'apanage d'un comportement éthique et solidaire par les organisations publiques ou privées, qui souhaitent améliorer leur image de marque. Ainsi, l'inclusion sociale s'inscrit dans les politiques « RSE »⁹⁶ des entreprises et les programmes électoraux des partis politiques, justifiant davantage leur légitimité aux yeux du grand public. Pour Brigitte Bouquet, professeure émérite de la Chaire de travail social et d'intervention sociale au Conservatoire National des Arts et Métiers, il est important de distinguer l'inclusion de ses deux autres concepts « sœurs » qui sont l'intégration et l'insertion.⁹⁷ En français, le mot « inclusion » signifie « état de quelque chose qui est inclus dans un tout, un ensemble. »⁹⁸. Pour l'Académie Française, le terme d'intégration se définit par le fait de « faire entrer un élément dans un ensemble de sorte qu'il en devienne une partie constitutive. ». Le ministère de la culture le désigne de son côté comme un « processus par lequel une personne ou un groupe s'insère dans le milieu, la société où il vit. »⁹⁹ Le mot « insertion » signifie, quant à lui, « introduire un élément nouveau dans un ensemble de façon à l'y incorporer, à l'y intégrer. » pour l'Académie Française. Même si ces différentes définitions semblent être, similaires à quelques nuances près, le terme d'inclusion s'est teinté significativement ces dernières années de notions éducatives et de respect des droits de l'homme, en intégrant la problématique du « vivre ensemble ».

Le sociologue allemand Niklas Luhmann, avait apporté, quant à lui, la notion d'inclusion sociale en caractérisant les rapports entre les individus et les systèmes sociaux, comprenant les secteurs sociaux, économiques, culturels et politiques.¹⁰⁰ Le terme d'inclusion numérique, ou

⁹⁵ Les DNVB sont des marques dont le développement se fait à l'origine essentiellement, voire exclusivement, par le biais d'une présence sur Internet permettant d'assurer la création, la promotion et la distribution de la marque.

⁹⁶ La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) désigne la prise en compte par les entreprises des enjeux environnementaux, sociaux, économiques et éthiques dans leurs activités.

⁹⁷ Bouquet, Brigitte, 2015, *L'Inclusion : approche socio-sémantique*, Eres « Vie sociale » n°11, p.15 à 25.

⁹⁸ Rey, Alain, 2012, *Dictionnaire historique de langue française*, Le Robert, 3 volumes.

⁹⁹ Journal officiel du 18 Décembre 2005.

¹⁰⁰ Luhmann, Niklas, 2011, *Systèmes sociaux : Esquisse d'une théorie générale (Soziale Systeme)*, Presses de l'Université Laval, 570 pages.

« e-inclusion », est apparu dans les années 2000, au moment où les équipements informatiques et en particulier les accès au réseau internet se déployaient largement dans les pays occidentaux. Les autorités de l'époque échauffaient des plans de lutte contre ce que l'on appelait déjà la « fracture numérique », en voulant améliorer l'accès, les conditions d'accès et la maîtrise des usages des nouvelles technologies.

Nous évaluerons ici dans ce chapitre la façon dont les marques digitales se font inclusives envers les personnes en situation précaire, selon les définitions que nous venons de citer.

1 Internet ou la société de l'information

L'accès au réseau internet a donné la possibilité d'accéder à une très grande quantité d'informations de manière illimitée, sans surcoût. Ainsi, les médias informationnels tels que Radio France, Le Monde, Brut. etc. mettent leurs contenus à la disposition de tous. La recherche d'informations en elle-même est également gratuite et accessible à chacun. Le moteur de recherche Google s'est imposé en tant que leader dans ce domaine et développe continuellement de nouvelles applications, tout aussi gratuites, adaptées aux besoins de la vie quotidienne. Des sans-abris comme Christian Page, le « SDF 2.0 », Louis, que j'avais rencontré au Secours Catholique, ou bien Myriam, une des enquêtés de Marianne Trainoir restent continuellement informés des actualités grâce aux sites et applications journalistiques.

Pendant longtemps, les études sociologiques ont démontré que la pauvreté économique était liée à la pauvreté informationnelle. La notion d'« info-pauvre », apparue en même temps que la notion de « fracture numérique » (digital divide) dans les années 1990, mettait en lumière les difficultés d'accès à l'information par les populations en situation précaire. La chercheuse en science de l'information Elfreda Chatman avait de son côté identifié plusieurs comportements informationnels, influencés par le contexte social, l'autoprotection et les normes sociales du groupe auquel on appartient. En fonction de ces paramètres, les besoins et intérêts pour l'information varieront selon les catégories sociales.¹⁰¹ De nos jours, les médias de masse sont non seulement très accessibles aux personnes pauvres, mais aussi inclusives dans la mesure où elles invitent l'ensemble de leurs publics à faire circuler leurs contenus dans les réseaux socio-numériques. Les sans-abris sont, au même titre que les autres destinataires, inclus dans le mécanisme de la circulation de l'information et font de cette manière partie de la société de la

¹⁰¹ Chatman, Elfreda, 1991, *Life in a small world : Applicability of gratification theory to information-seeking behavior*, Journal of the American Society for Information Science, p.438-449

communication. L'ancien SDF Christian Page et son ami Hervé, qui lui est toujours à la rue, surnommés respectivement @Pagechris75 et @Croisepattes sur la plateforme Twitter, l'ont bien compris en se faisant relayeurs d'informations, voire même lanceurs d'alertes.¹⁰² Bien qu'ils fassent figures d'exception dans l'univers des médias, ils réunissent à eux-seuls près de quarante mille abonnés et se sont donnés pour mission de sensibiliser leurs followers à la cause des sans-abris.

2 Intégration à la société de consommation et lutte contre la précarité

Nous avons vu dans les chapitres précédents que des applications numériques et des sites internet pouvaient être inclusifs dès lors qu'ils étaient accessibles à tous et invitaient les internautes utilisateurs à y produire ou relayer des contenus, notamment sur les réseaux socio-numériques. Ces « utilisateurs » comme les nomment Danièle Bourcier et Primavera de Filippi, chercheuses au CERSA (Centre d'Etudes et de Recherches de Science Administrative, Université Panthéon Assas) sont devenus des membres organiques des plateformes numériques et ont construit peu à peu une nouvelle forme d'économie basée sur la création et le partage de logiciels et d'informations en libre accès. Au-delà de leur accessibilité, nous avons évoqué l'existence de sites et d'applications mobiles spécialement conçus pour les personnes en situation précaire, tels que Entourage ou Soliguide. Bien que leurs objectifs soient bienveillants, ces logiciels enferment d'une certaine façon le sans-abri dans ce qui le définit, plus précisément comme un individu dont les besoins de subsistance ne peuvent être comblés que par autrui, et n'empêchent pas pour autant la stigmatisation de cette communauté. D'autres sites, au contraire, permettent aux personnes pauvres de se fondre dans la masse des utilisateurs et profiter des avantages économiques qui leur sont proposés. Ainsi, les sites de comparateurs de prix, de bons de réduction, de tests consommateurs pour lesquels des produits gratuits sont remis en gratification, d'achats groupés permettant d'accéder à des tarifs avantageux, de sites marchands proposant du « cashback »¹⁰³ ou bien encore de jeux concours en ligne avec l'obtention de cadeaux à la clé, encouragent les internautes à participer activement à la société de consommation tout en ayant le sentiment de maîtriser leur budget. Par ailleurs, les enseignes de grandes distributions proposent également à leurs clients des réductions via l'envoi de SMS,

¹⁰² Voir annexes 1 et 2 citées précédemment.

¹⁰³ Le terme « cashback » signifie « remise en argent ». Il désigne aujourd'hui les réductions proposées en ligne chez des enseignes partenaires. Cette réduction est appliquée après l'achat avec un remboursement effectuée au consommateur.

dans le but de les faire venir dans leurs magasins et les fidéliser. Leila, que j'avais interrogée au Secours Catholique, fait partie de ces bénéficiaires et n'hésite pas à les échanger au sein de son réseau : « Oui, mes amis m'aident et m'informent des bons plans, et avec les SMS de promotion. Je partage les informations aussi. ».

Ces plateformes digitales et dispositifs informatiques comme les CRM (Customer Relationship Management¹⁰⁴), réunissent une partie de la population dont l'intérêt commun est d'améliorer son pouvoir d'achat, que l'on soit dans une situation de pauvreté ou non. Elles sont de ce fait inclusives dans la mesure où elles invitent les utilisateurs à s'intégrer, par le biais de leur téléphone mobile ou autre support numérique, dans un système économique pour en devenir un chaînon constitutif. Ces sites internet et SMS sont, entre autres, un moyen profitable de lutter contre la précarité grâce à l'action de leurs utilisateurs, sans faire preuve de discrimination.

De nouvelles applications numériques, dont l'objectif principal est de lutter contre le gaspillage alimentaire, ont fait leur apparition dans les « stores » des smartphones depuis quelques années. Ainsi, pour quelques euros ou voire rien du tout, des paniers alimentaires, à l'origine destinés aux rebuts, peuvent être récupérés chez des commerçants via des plateformes digitales telles que « Too Good to Go », « Phenix », ou encore « Geev ». Ces solutions « antigaspi » profitent à la fois aux commerçants et aux consommateurs. Ces derniers sont assez hétéroclites : étudiants au budget serré, père ou mère de famille en manque d'inspiration culinaire, personnes en situation précaire, personnes sensibles aux enjeux climatiques... Là encore nous retrouvons des exemples de marques digitales inclusives parce qu'accessibles à tous, ne faisant aucune distinction entre les bénéficiaires et les rendant acteurs dans la lutte contre le gaspillage.

3 L'E-Administration, un engagement citoyen

Depuis l'automne 2017, le programme Action Publique 2022 a pour objectif d'accélérer la transformation de toutes les administrations publiques (Etat et ses opérateurs, administrations de sécurité sociale, collectivités territoriales) dans le but de faciliter et fluidifier les démarches administratives des citoyens français. Le numérique constitue un des volets de cette transformation. Ainsi, des applications mobiles telles que Impots.gouv, Mon Compte Formation, DMP : Dossier Médical Partagé, Caf – Mon Compte, Ameli, l'Assurance Maladie,

¹⁰⁴ CRM est l'acronyme de "Customer Relationship Management" ou "Gestion de la Relation Client". Le CRM regroupe l'ensemble des dispositifs ou opérations de marketing ou de support ayant pour but d'optimiser la qualité de la relation client, de fidéliser et de maximiser le chiffre d'affaires ou la marge par client.

ou encore Mon Espace Pôle Emploi ont été mis à la disposition du grand public, et sont régulièrement mis à jour dans le souci d'optimiser l'expérience utilisateur. Ces plateformes digitales sont bien évidemment gratuites et accessibles à tous. Non seulement elles informent leurs usagers sur des questions d'ordre général, mais elles permettent également d'effectuer des démarches administratives complètes en ligne, tout en étant guidé dans les processus. Elles permettent également d'être informé à titre individuel par le biais du compte préalablement créé par l'utilisateur. Ces applications mobiles, que l'on retrouve également sous la forme de sites web, évitent les déplacements aux guichets et font donc gagner un temps précieux aux administrés, ainsi qu'aux agents de la fonction publique. Pour Laetitia Roux, doctorante au Centre de Gestion Scientifique à l'Ecole des Mines, cette transformation numérique préserve la justice sociale et l'intérêt général. De plus « cette dualité explique que les usagers devraient être perçus comme des clients et également comme des citoyens. Ce statut de citoyen introduit une dimension collective dans la définition de ce qu'est un service public de qualité. »¹⁰⁵. L'inclusivité de ces plateformes réside donc dans leurs aspects collectifs et citoyens, ne faisant aucune distinction sociale. Un contrat mutuel d'échange d'information entre les usagers et les établissements publics engage les deux partis et les inclus dans un système administratif commun. Des programmes de formations à l'usage de ces outils numériques sont mis à la disposition des personnes rencontrant des difficultés dans leur pratique. Ces formations sont prescrites par les structures locales (guichets de services publics, associations, travailleurs sociaux...) sous la forme de chèques nommés « Pass Numériques », en échange de quoi les bénéficiaires assistent à des ateliers leur permettant de se former ou de se perfectionner aux outils numériques (création de CV, rédaction de courrier, création d'une boîte mail, démarches administratives en ligne...). Ainsi, les institutions publiques entraînent les usagers dans leurs projets de transformation, pour devenir à leur tour des marques digitales incontournables dans le paysage socio-numérique.

Conclusion de la deuxième partie

Les personnes en situation précaire participent, nous l'avons vu, à la société numérique, dans son aspect informationnel, commercial et administratif. Cependant, il existe des problèmes

¹⁰⁵ Roux, Laetitia, 2010, *L'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ?*, Caisse nationale d'allocations familiales, Informations Sociales n°158, p.24

d'accès aux ateliers de formation au numérique et à leurs équipements sur l'ensemble du territoire national. Des accords doivent être trouvés entre l'Etat et les collectivités locales afin que le déploiement du « Pass Numérique » puisse se faire partout en France (trente-deux départements ne bénéficient pas encore du dispositif). Le terme de « fracture numérique » se justifie donc toujours par le manque d'accès aux formations numériques. Néanmoins, les marques digitales continuent de se développer et de s'ouvrir à une population toujours plus élargie. Les personnes économiquement fragiles sont incluses dans les destinataires de ces marques et font malgré tout partie de leurs stratégies commerciales ou de déploiement. Nous parlons ici des marques digitales non payantes, dont la rémunération se fait essentiellement grâce à la vente de leurs espaces publicitaires et leurs partenariats commerciaux, ou alors par le biais des subventions publiques.

Conclusion générale

Le travail de recherche que nous avons effectué ici nous a permis de voir comment le téléphone portable pouvait être un facteur socialisant dans la vie des personnes en situation précaire. Dès lors que l'outil technologique est maîtrisé, il collabore à la construction des identités et au maintien des relations sociales. La pratique régulière du téléphone encourage son utilisateur à entretenir ses liens et l'aide, à cette occasion, à se maintenir lui-même. Le téléphone mobile redéfinit l'identité du sans-abri et lui attribue d'autres fonctions telles que vigile pour les acteurs sociaux, navigateur connecté pour le migrant, confident au sein de sa communauté, etc. Du côté des entreprises et des pouvoirs publics, les personnes en situation précaire participent au développement de leurs stratégies digitales puisqu'elles font partie des cibles auxquelles ils s'adressent. Les nouvelles pratiques de consommation, permettant par exemple d'améliorer son pouvoir d'achat, de protéger l'environnement et de lutter contre la précarité concernent toutes les catégories sociales sans distinction. Pour Marc-Henry Soulet, sociologue spécialisé sur les questions de la précarité et de la marginalisation, « protéger l'individu, c'est le promouvoir comme acteur, le soutenir tout au moins dans l'entreprise de sa participation à la production de la société. »¹⁰⁶. Cet objectif n'est cependant pas dépourvu de certaines contraintes, et force est de constater que des choix commerciaux et gouvernementaux nous interrogent sur les perspectives de la lutte contre l'exclusion.

Si, d'une part, le téléphone aide les personnes en situation précaire à maintenir leurs liens sociaux avec leur entourage et avec la société dans laquelle elles vivent, dans ses aspects commerciaux, informationnels et administratifs, et si, d'autre part, les facilités d'accès et la gratuité des informations mises à la disposition des publics contribuent à rendre les marques digitales plus inclusives, nous observons cependant que certaines barrières restent solidement érigées et entretiennent la notion de fracture sociale. Les marques proposant des offres « premium » ou « freemium »¹⁰⁷ par exemple, limitent ainsi leurs accès aux personnes économiquement fragiles : des sites ou des logiciels tels que LinkedIn, ou Microsoft Office

¹⁰⁶ Soulet, Marc-Henry, 2007, *La reconnaissance du travail social palliatif*, Dépendances n°33, p.15

¹⁰⁷ Le freemium (mot-valise des mots anglais free : gratuit, et premium : prime) est une stratégie commerciale par laquelle on propose un produit ou le plus souvent un service gratuit, en libre accès, qui est destiné à attirer un grand nombre d'utilisateurs. On cherche ensuite à convertir ces utilisateurs en clients pour une version ou des services complémentaires du produit ou du service plus évolué, haut de gamme mais surtout payants.

proposent un accès gratuit à leurs services, mais deviennent payants dès lors que nous souhaitons profiter de la totalité de leurs offres.

Par ailleurs, nous avons constaté que les sites marchands pouvaient apporter des avantages économiques à leurs clients par le biais de bons de réduction, d'achats groupés, du cashback entre autres. Les achats en ligne nécessitent de posséder un compte bancaire actif ainsi qu'une carte de crédit lié. Or, pour ouvrir un compte bancaire en France, il faut impérativement fournir une carte nationale d'identité en cours de validité et une adresse de domiciliation. Les personnes en grande précarité, sans domicile fixe ou en attente d'avoir une situation régulière dans notre pays ne peuvent accéder à de tels dispositifs. D'une manière générale, les moyens de paiement dématérialisés tels que les paiements en ligne, par carte bancaire, les paiements sans contact à l'aide de la carte bancaire ou d'applications mobiles, les micro-paiements¹⁰⁸ ou encore les cryptomonnaies¹⁰⁹, qui se répandent de plus en plus grâce à l'essor du e-commerce et des smartphones, accentuent indéniablement la fracture sociale qui inclut non seulement les sans-abris, mais aussi les personnes âgées établies notamment dans les milieux ruraux. Le programme CAP 22 (Comité Action Publique 2022) lancé par le premier ministre français en 2017, qui a pour but de transformer l'administration prévoit « d'aller vers une société « zéro cash » pour simplifier les paiements tout en luttant mieux contre la fraude fiscale ». ¹¹⁰ Ce rapport indique qu'en 2018, 55% des transactions ont été effectuées en espèces en France et que 92% des français utilisent leurs cartes bancaires pour leurs achats quotidiens. Les dépenses en espèces représentent moins de 5% du montant total des transactions et ne concernent essentiellement que les petits achats. Le « zéro cash » permettrait, selon ce rapport, de mieux lutter contre les fraudes à la TVA, le travail non déclaré et le blanchiment d'argent. Ainsi, le gouvernement français souhaite reprendre le modèle suédois en supprimant progressivement la circulation de l'argent en espèces et rendre obligatoire l'acceptation des paiements dématérialisés. La Suède a en effet développé ses moyens de paiement dématérialisés de manière exponentielle ces dernières années, à tel point que les 56 milliards de couronnes suédoises qui circulent encore dans le pays ne représentent plus que 1,2% du PIB, ce qui représente le plus bas niveau du monde. Les profondes inégalités sociales qui se sont creusées

¹⁰⁸ Les micropaiements désignent une solution de paiement spécialement conçue pour les achats ou la location de produits ou de services de faible valeur sur internet.

¹⁰⁹ Une cryptomonnaie est une devise numérique décentralisée, qui utilise des algorithmes et un protocole nommé blockchain pour assurer la fiabilité et la traçabilité des transactions. Les cryptomonnaies sont entièrement virtuelles, elles peuvent être stockées dans un portefeuille numérique protégé par un code secret appartenant à son propriétaire.

¹¹⁰ Rapport CAP 22, Juin 2018, *Service Publique se réinventer pour mieux servir*, 152 pages.

par la suite envers les personnes âgées, les personnes vivant dans les milieux ruraux, les personnes handicapées, les personnes en grande précarité ou les nouveaux arrivants sur le territoire scandinave ont finalement décidé le ministère des marchés financiers à voter une loi en Novembre 2019, obligeant les banques et les commerçants à faire circuler de l'argent liquide sur leur territoire. L'état Français prévoit-il des mesures similaires afin de freiner les nouvelles inégalités qui se profilent ?

Au moment où nous terminons la rédaction de ce mémoire, la France ainsi que de nombreux autres pays traversent une importante crise sanitaire et économique. Selon le baromètre Ipsos/SPF 2020¹¹¹, un Français sur trois a subi une perte plus ou moins importante de revenu à cause de la crise liée à la Covid-19. Un Français sur quatre n'est pas parti en vacances cet été pour des raisons financières. Un Français sur quatre restreint la quantité dans son assiette et un sur sept avoue ne pas manger à chaque repas. Plus de la moitié a peur de basculer dans la pauvreté... La liberté de choix dans les moyens de paiement et la lutte contre les inégalités sociales, notamment par le biais des supports numériques, sont des sujets qui mériteraient d'être approfondis, particulièrement en cette période troublée.

Pour en revenir au sujet du téléphone portable, nous avons vu de quelle manière il pouvait aider à maintenir les liens sociaux des personnes en situation précaire et notamment des sans-abris. Nous nous interrogeons cependant sur les aspects plus sombres que peut représenter cet outil de communication. Dans les lectures que nous avons effectuées, notamment concernant la vie des personnes sans domicile fixe, nous avons relevé que le téléphone portable faisait l'objet de manière récurrente de vols et de recels. Il représenterait une source de revenu pour certains sans-abris. Au-delà de ça, il est de fait notoire que la rue est un espace où se côtoient les trafics illicites et les réseaux de prostitution. Il serait intéressant de voir dans quelle mesure le téléphone portable participe ici au développement de ces marchés parallèles et entretient ainsi le sentiment d'appartenance, voire de dépendance, au monde de la rue.

Depuis plusieurs années, les opérateurs de téléphonie mobile se sont engagés à proposer aux bénéficiaires du RSA (Revenu de Solidarité Active) un tarif de communication et d'utilisation web spécifique. Il s'agit d'un forfait sans engagement comprenant au minimum quarante minutes de temps d'appels et quarante SMS à dix euros par mois en moyenne. Des marques telles que Orange, Bouygues, SFR, ou NRJ Mobile participent ainsi à la lutte contre la précarité

¹¹¹ Ipsos / Secours Populaire, Baromètre de la pauvreté 2020 : quel impact de la crise sanitaire sur la précarité en France ? <https://www.ipsos.com/fr-fr/barometre-de-la-pauvrete-ipsos-secours-populaire-2020-quel-impact-de-la-crise-sanitaire-sur-la>

et la marginalisation en permettant à leurs abonnés ayant un faible revenu de rester joignables par les recruteurs, leurs conseillers Pôle Emploi, ou bien leurs proches. La marque SFR s'est particulièrement engagée envers les sans-abris en tant que partenaire de l'association Emmaüs, en fournissant des cartes SIM prépayées et des téléphones reconditionnés. Nous avons par ailleurs souligné que les forfaits dits « low-cost » comme RED by SFR, B&You, ou Sosh ont facilité l'accès aux téléphones mobiles aux personnes pauvres. Pour les sans-abris, il existe donc de multiples solutions de « garder le lien », la condition étant d'être à l'abri pour, au moins, recharger leurs batteries.

Bibliographie et webographie

Ouvrages, revues et articles scientifiques

Allard, Laurence, « *Express Yourself 3.0 ! Le mobile comme media de la voix intérieure. Entre double agir communicationnel et continuum disjonctif somatechnologique* », Armand Colin, 2014

Allard Laurence, « *Emergence des cultures expressives, d'Internet au mobile* », Médiamorphoses, 2007

Anderson, Elijah, « *The Code of the Streets* », The Atlantic Monthly, 1994

Aouici Sabrina, « *Analyse Critiques, Caisse Nationale d'Assurance Vieillesse* », « Retraite et Société » n°81, 2019

Armand-Florentin Muriel, « *Comment soigner la fracture numérique ?* », proposition de contribution au Numéro Thématique « Penser la fracture numérique », 2008

Barthou Évelyne, « *La migration sans rupture* », Socio-anthropologie n°40, 2019

Bastard Irène, « *Quand un réseau confirme une place sociale, L'usage de Facebook par des adolescents de milieu populaire* », La Découverte, Réseaux n°208-209, 2018

Beauchamps Margot, « *Internet : vers une fragmentation de la ville ?* », Communication & Organisation, N°32, 2007

Benoît-Moreau Florence, Delacroix Eva, Parguel Béatrice, « *Les bénéfices de l'économie collaborative pour les consommateurs financièrement contraints : le cas des sites d'achat vente de seconde main* », Congrès de l'Association Française de Marketing, 2017

Ben Youssef Adel, « *Les quatre dimensions de la fracture numérique* », Lavoisier, « Réseaux » n°127-128, 2004

Bidart Claire, *L'amitié, un lien social*, La Découverte, Paris, 1997

Bidart Claire, Degenne Alain, Grossetti Michel, *La vie en réseau, Dynamique des relations sociales*, Le Lien social, Presses Universitaires de France, Paris, 2011

Bouquet Brigitte et Jaeger Marcel, « *L'E-inclusion, un levier ?* », ERES, « vie sociale » n°11, 2015

Bouquet Brigitte, « *L'Inclusion : Approche socio-sémantique* », ERES, « vie sociale » n°11, 2015

Bourdeloie Hélène, « *L'appropriation des dispositifs d'écriture numérique : translittératie et capitaux culturel et social* », Études de communication n°38, 2012

Brotcorne Périne, Valenduc Gérard, « *Les compétences numériques et les inégalités dans les usages d'internet, Comment réduire ces inégalités ?* », Lavoisier, Les Cahiers Numériques Vol. 5, 2009

Cardon Dominique, Culture Numérique, *Identité en ligne*, Presses de Science Po, 2019

Casilli Antonio A., *Les liaisons numériques, vers une nouvelle sociabilité ?*, Seuil, La couleur des idées, Paris, 2010

Casilli Antonio, Fracture numérique, Alain Bihl, Roland Pfefferkorn. *Dictionnaire des inégalités*, Armand Colin, 2014

Chaieb Achour Asma, « *L'impact du sentiment d'appartenance sur l'achat du produit partagé et du produit national* », ISEOR, « Recherches en Sciences de Gestion » n°91, 2012

Combe Christelle, « *Les genres numériques de la relation* », Editions de la maison des sciences de l'homme, Langage et Société n°167, 2019

Dalsuet Anne, *T'es sur Facebook ? Qu'est-ce que les réseaux sociaux changent à l'amitié ?*, Flammarion, Antidote, Paris, 2013

De Coninck Frédéric, « *Internet et la fracture des types de sociabilité* », Marie-Hélène Massot (Dir.). *Mobilité et modes de vie métropolitains*, L'oeil d'or, 2010

Delacroix Eva et Gorge Hélène, *Marketing et Pauvreté, Être pauvre dans la société de consommation*, EMS Editions, « Societing », 2017

Demory Matthieu et Gad Nouran, « *Expériences migratoires et communications numériques en Méditerranée* », Socio-anthropologie n°40, 2019

Diminescu Dana, « *L'usage du téléphone portable par les migrants en situation précaire* », Hommes et Migrations n°1240, 2002

Dubuisson-Quellier Sophie, « *De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace du choix dans la consommation* », Alternatives Economiques, « L'Economie Politique » n°39, 2008

- Dupuy Gabriel, *La fracture numérique*, Transversale Débats, Editions Ellipses, Paris, 2007
- Flichy Patrice, « *L'individualisme connecté entre la technique numérique et la société* », Lavoisier, Réseaux n°124, 2004
- Garcia-Bardidia Renaud, « *Se débarrasser d'objets sur Leboncoin.fr, Une pratique entre don et marché ?* », La Découverte, « Revue du MAUSS » n°44, 2014
- Georges Fanny, « *Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0* », La Découverte, Réseaux n°154, 2009
- Granjon Fabien, « *Amitiés 2.0 Le lien social sur les sites des réseaux sociaux* », CNRS Editions, Hermès la revue n°59, 2011
- Granjon Fabien, « *Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites des réseaux sociaux* », Lavoisier, Les Cahiers du Numérique Vol.10, 2014
- Granjon Fabien, « *Fracture numérique* », Le Seuil, Communications n°88, 2011
- Granjon Fabien, « *Inégalités et reconnaissance sociale, Des usages populaires de l'informatique connectée* », Lavoisier, Les Cahiers du Numérique Vol.5, 2009
- Granovetter Mark S., « *The Strength of Weak Ties* », The American Journal of Sociology, Vol. 78, No. 6, 1973
- Guérin Laura, « *Le portable comme « chez-soi » dans un contexte de précarité résidentielle* », Socio-anthropologie n°40, 2019
- Guibert Philippe, « *M'as-tu vu ?* », Association Médium, Médium n°55, 2018
- Guillard Valérie et Roux Dominique, « *Dons anonymes et rencontres urbaines, Faire circuler des objets en ville* », Editions Esprit, « Esprit », 2015
- Jarrigeon Anne et Menrath Joëlle, « *La part du possible dans l'usage : le cas du téléphone portable* », C.N.R.S. Editions, « Hermès, La Revue » n°50, 2008
- Jenkins Henry, Deuze Mark, « *Convergence culture* », Convergence Vol.14, No 1, 2008
- Kaufmann Jean-Claude, « *Vie hors couple, isolement et lien social : figures de l'inscription relationnelle* », Revue française de sociologie, 1994

Kiyindou Alain, *Fractures, mutations, fragmentations de la diversité des cultures numériques*, Traité des Sciences et Techniques de l'Information, Lavoisier, Hermès Sciences, Paris, 2009

Licoppe Christian, « *Sociabilité et technologie de communication, Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles* », Lavoisier, Réseaux n°112-113, 2002

Malardé Vincent et Pénard Thierry, « *Airbnb, BlaBlaCar, Leboncoin...à qui bénéficient les plateformes de consommation collaborative ?* », Direction générale du Trésor, « Economie & Prévisions » n°215, 2019

Martin Claude, « *La question familiale face à la montée des incertitudes, Changements et pensées du changement* », Echanges avec Robert Castel, 2012

Mercklé Pierre, *Sociologie des réseaux sociaux*, La Découverte, Repères, Paris, 2016

Moléna Xavier, « *La précarité ou l'individu par défaut* », Rencontre avec Robert Castel, L'individu contemporain, Editions Sciences Humaines, « Synthèse », 2014

Morel Julien et Licoppe Christian, « *La vidéocommunication sur téléphone mobile, quelle mobilité pour quel cadrage ?* », La Découverte, « Réseaux » n°156, 2009

Paugam Serge, *L'Intégration inégale, Force, fragilité et rupture des liens sociaux*, Presses Universitaires de France, « Le lien social », 2014

Paugam Serge, *Repenser la solidarité, L'apport des sciences sociales*, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2011

Perrin-Heredia Ana, « *Le « choix » en économie, Le cas des consommateurs pauvres* », Le Seuil, « Actes de la recherche en sciences sociales » n°199, 2013

Peugeot Valérie, Beuscart Jean-Samuel, Pharabod Anne-Sylvie et Trespeuch Marie, « *Partager pour mieux consommer ? Enquête sur la consommation collaborative* », Editions Esprit, « Esprit », 2015

Plantard Pascal, « *La fracture numérique, mythe ou réalité ?* », Arcueil : Éducation permanente, 2013

Rivière Carole-Anne, « *Le téléphone : un facteur d'intégration sociale* », Economie et statistique n°345, 2001

Roux Laëticia, « *L'administration électronique : un vecteur de qualité de service pour les usagers ?* », Caisse Nationale d'Allocation Familiale, « Informations sociales » n°158, 2010

Sanchez Christophe, « *Les stratégies low-cost, outil de lutte pertinent contre la pauvreté ?* », Lavoisier, « Revue française de gestion » n°266, 2017

Soulet, Marc-Henry, « *La reconnaissance du travail social palliatif* », Dépendances n°33, 2007

Vibert Patrice, « *Gustavo GOMEZ-MEJIA, Les Fabriques de soi ? Identité et Industrie sur le web* », Questions de communication n°32, 2017

Wolton Dominique, « *Communication, Incommunication et Acommunication* », CNRS Editions, Hermès La Revue n°84, 2019

Wolton Dominique, « *Postface : Internet, un exemple d'incommunication* », CNRS Editions, Hermès La Revue n°53, 2009

Thèses

Boubaker-Nobilet Patricia, « *Les capacités d'agir des personnes défavorisées en matière d'information* », Thèse en science de l'information et de la communication, Université Paris 8, Mars 2017

Trainoir Marianne, « *Ethnographie des pratiques numériques des personnes à la rue* », Thèse en Science de l'Education, Université Rennes 2, Décembre 2017

Rapports et Etudes

CAP 2022, Service Public se réinventer pour mieux servir, nos 22 propositions pour changer de modèle, Comité d'Action Publique, Juin 2018

Fédération E-commerce et Vente à Distance, Les chiffres clés 2019

Habitèle, Identités numériques portables, ANR – Sociétés Innovantes, Sciences Po, PEE, Medialab, Telecom – ParisTech, Infres, Juillet 2014

Ipsos / Secours Populaire, Baromètre de la pauvreté 2020 : quel impact de la crise sanitaire sur la précarité en France ?

Observatoire des inégalités, A quels niveaux se situent les seuils de pauvreté en France ?, 2020

Observatoire des usages du digital Opinionway pour Orange - 2018

OPEN et UNAF, La parentalité à l'épreuve du numérique, Médiamétrie, Observatoire de la Parentalité & de l'Education Numérique, Unaf, Janvier 2020

Solinum, Précarité connectée, Les sans-abris et le numérique : équipement, usages et compétences numériques des personnes sans-abri en France en 2018

Articles de presse

Belot Laure, Le Monde, « *La France au miroir du « Bon Coin* » », samedi 5 janvier 2013

Mouillard Sylvain, Libération, Reportage, « *Twitter : deux SDF sur le fil du réseau* », vendredi 16 décembre 2016

Mouillard Sylvain, Libération, Récit, « *Ervé, 47 ans : « Clochard, pour moi c'est pas péjoratif* » », mardi 3 décembre 2019

Vidéos et Podcasts

Brut, « *Sans abri pendant 17 ans, Kenny raconte sa première nuit à la rue* », 2019 : <https://www.youtube.com/watch?v=0yKMT0amob4>

Carles, Pierre, Film documentaire : « *La Sociologie est un sport de combat – Pierre Bourdieu* », C-P Productions, VF Films, 2001 : https://www.youtube.com/watch?v=grCRRHxn42Y&ab_channel=MindOfRaouf

Radio France Culture, Questions Numériques, « *Dana Diminescu : aujourd'hui le migrant est connecté, et non plus un « déraciné* » », 2015 : <https://www.franceculture.fr/politique/questions-numeriques-dana-diminescu-aujourd'hui-le-migrant-est-connecte-et-non-plus-un>

Radio France Culture, émission Les Nouvelles Vagues, « *L'identité : Les fabriques de soi sur le net* », 2016 : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-nouvelles-vagues/lidentite-34-les-fabriques-de-soi-sur-le-net>

ANNEXES

Annexe 1 :



Annexe 2 :



Annexe 3 :



Annexe 4 :



Annexe 5 :



Trocs et Échange 95 (pas de vente)



Sandrine

15 octobre, 08:26 · 🌐



Meuble pour ranger dvd et cd contre de l'alimentaires



Noelle

6 octobre, 14:10 · 🌐



Je troc ce lot de 10 verres (2 tailles) contre 1 paquet farine t45 et 1 paquet sucre en poudre.
Retrait sur St Gratien



ENTRETIENS AVEC LES BENEFICIAIRES DU SECOURS CATHOLIQUE

Effectués le 31 Mai 2019

Aïssatou – 29ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?
- *Depuis 8, 9 ans*
- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Oui*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...)
- *Whatsapp, Facebook, pour suivre les actualités.*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *Androïd, les applis sont faciles.*

3 – Numératie

- A -t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?
- *Oui, c'était un téléphone basique – Nokia.*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *Toute seule.*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
- *Presque, je regarde des films sur Youtube, je prends des photos.*

- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Je n'ai pas eu d'occasion, mais si on me le demande je le ferai oui.*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *Ma maman, mes sœurs, mes frères, la famille quoi. Je peux échanger avec mes autres enfants qui sont restés au pays. J'ai une fille de cinq ans et un fils de trois ans.*
- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Non, je regarde seulement les actualités.*
- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...).
- *Oui, dans la famille.*
- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *Oui c'est la même chose.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Tous les jours avec ma mère.*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *Free avec internet illimité.*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
- *Samsung, j'aime bien. C'est parce qu'on m'a conseillé.*

- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements », ou autre...)
- *Oui, je profite des offres promotionnelles de Carrefour.*

Fatima – 35 ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?
- *Depuis une dizaine d'années*
- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Oui c'est indispensable. Ça aide à garder le contact avec d'autres pays, évite de se déplacer.*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...)
- *Recherche d'informations, quand il y a un thème que je ne comprends pas, quand je suis avec mes enfants (Google). Appels, messages, vidéos, se cultiver. C'est une source d'information.*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *Parce qu'il propose beaucoup d'options.*

3 – Numérotation

- A-t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?

- *C'était pas facile au début, j'avais un téléphone simple et pliant il y a dix ans, je n'avais pas les moyens d'avoir un tactile.*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *J'ai appris toute seule, à force de manipuler on apprend.*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
Cf réponse au-dessus
- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Oui, j'apprends à mon fils de douze ans et à ma sœur.*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *Mes parents et mes amis*
- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Non, seulement avec mes amis. Je refuse les invitations des inconnus sur les réseaux sociaux, les amis d'amis etc.*
- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...)
- *Oui je partage facilement les informations, les événements.*
- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *Oui j'échange de la même manière, on traite des mêmes sujets.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Trois à quatre fois par semaine.*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *J'utilise un forfait mensuel à dix euros, avec internet, sms et appels illimités*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
- *C'est une marque simple qui propose beaucoup d'option : Honor*
- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements », ou autre...)
- *Oui, ma sœur me tient informée des promotions qu'elle trouve dans des magasins (ex : bon prix pour des pommes de terre dans tel supermarché, car ils ont beaucoup augmenté ces derniers temps.) Et réciproquement je vais l'informer également.*

Jacques – 57 ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?
- *Depuis 1986, j'ai eu la première version du téléphone : « Radio Com 2000 ». Ça coûtait 7,90 Francs, avec des fonctions de base (émission et réception d'appels).*
- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Oui*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...)

- *Pour des raisons professionnelles principalement : recherche d'emplois, et sinon les amis, Facebook*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *Je ne l'ai pas choisi, c'est un cadeau qu'on m'a fait. C'est un iPhone 6S Plus.*

3 – Numérotique

- A-t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?
- *Très facile puisque je suis tout le temps au téléphone.*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *J'ai appris seul, « c'est en exerçant qu'on apprend ».*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
- *Oui : beaucoup de photos, de vidéos avec mon fils, beaucoup de sms et les appels.*
- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Oui*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *La mère de mon fils, la famille.*
- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Oui, et c'est comme ça que j'ai rencontré ma dulcinée, sur Facebook.*
- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...)
- *Toujours, quand les informations sont intéressantes je les partage. Quand ça vaut le coup que les gens voient alors j'envoie. Je sélectionne mes photos également avant de les partager.*

- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *Oui c'est pareil pour moi.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Il n'y a pas de rythme particulier, pas de régularité. Quand je reçois un message, je réponds. C'est uniquement quand il y a besoin.*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *Forfait illimité : internet, sms etc.*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
Cf réponse au-dessus
- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements, ou autre...)
- *Pas vraiment, ...Pourquoi ? C'est comme ça.*

Leila – 29 ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?
- *Depuis 20 ans, je l'ai eu petite (9 ans).*
- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Oui*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...)
- *Appels le plus souvent.*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *C'est un modèle récent, actuel.*

3 – Numérotic

- A-t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?
- *Non, je connaissais les fonctions basiques au début : décrocher et appeler.*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *Ce sont mes parents qui m'ont appris.*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
- *Maintenant oui.*
- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Si quelqu'un a besoin, j'aide, je vais recommander des applis.*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *Mon mari.*
- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Oui, en faisant des commentaires en public.*

- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...)
- *Oui je partage.*
- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *Non, avec mes proches ce n'est pas pareil. Rien ne remplace le face à face. Les trucs intimes je ne les raconte pas au téléphone. Ce sera différent.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Il n'y a pas de rythme particulier. Je vais répondre s'ils appellent...*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *Free en illimité*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
- *C'est un Samsung. Je n'utilise que cette marque parce qu'elle est facile à utiliser et les applications sont pratiques.*
- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements, ou autre...)
- *Oui, mes amis m'aident et m'informent des bons plans, et avec les sms de promotion. Je partage les informations aussi.*

Khadija – 70 ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?
- *Ça fait 7 ans environ*

- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Oui*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (*Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...*)
- *Téléphone et caméra (photos, vidéos).*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *C'était le moins cher. Il y avait une promotion sur des téléphones Samsung.*

3 – Numérotie

- A-t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?
- *Non, c'était un peu compliqué au début.*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *C'est mon fils qui m'a appris à le faire fonctionner.*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
- *Non pas toutes.*
- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Oui : ma sœur, elle était en panne et je l'ai aidée.*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *Mes enfants.*

- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Non.*
- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...)
- *Oui, avec la famille et les amis.*
- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *C'est différent. Déjà les amis, c'est pas la même chose que la famille.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Ça dépend, des fois je vais souvent échanger dans la journée et des fois rien du tout.*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *Free illimité*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
- *C'était le moins cher, je l'ai eu par l'intermédiaire de Free.*
- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements », ou autre...)
- *Oui, pour contacter mes amis en cas de besoin. Avec les sms promotionnels aussi.*

Samira – 18 ans

1 - Question d'ordre général

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone ?

- *Depuis la 6^{ème}, depuis mes 11 ans environ.*
- Est-ce selon vous un outil indispensable aujourd'hui ?
- *Indispensable pour certaines choses : se retrouver, communiquer.*

2 - Le téléphone en lui-même

- De quelle(s) manière(s) utilisez-vous votre téléphone, le plus souvent ? (Téléphone ? SMS ? Messagerie instantanée ? Appareil photo ? Musique ? Informations ? Jeux ? Réseaux Sociaux...)
- *Pour aller sur les réseaux sociaux et Parcour Sup en ce moment pour moi.*
- Pourquoi ce modèle de téléphone ?
- *Pour l'image de marque : i Phone*

3 – Numérotique

- A -t-il été facile pour vous de l'utiliser au début ?
- *Oui*
- Avez-vous appris seul ou quelqu'un vous a-t-il aidé ?
- *Ce sont mes parents qui m'ont appris.*
- Utilisez-vous toutes les fonctionnalités ?
- *Non, j'utilise quelques applis que j'ai téléchargées.*
- Vous est-il arrivé de transmettre à une personne vos connaissances dans l'utilisation de votre smartphone ?
- *Oui, ma petite sœur de douze ans.*

4 - Maintien du lien social

- Avec qui échangez-vous le plus souvent ? (Famille, amis ?)
- *Mes amis.*
- Vous arrive-t-il d'échanger avec des inconnus ? (Twitter, commentaires sur un post publique...)
- *Oui, sur Twitter, je vais commenter des tweets.*
- Partagez-vous facilement les informations contenues dans votre téléphone ? (Photos, carnet d'adresses...)
- *Non pas du tout.*
- Echangez-vous avec vos proches au travers du téléphone, de la même manière que dans la vraie vie ?
- *En quelque sorte oui : avec les amis oui, avec les parents c'est différent. Ce sera plus basique, dans la vraie vie on parle plus d'autre chose.*
- A quel rythme échangez-vous avec vos proches ?
- *Presque tous les jours.*

5 - Consommation

- Quel type de forfait utilisez-vous ?
- *Illimité.*
- Pourquoi avez-vous choisi cette marque de téléphone plutôt qu'une autre ?
Cf au-dessus
- Le téléphone vous aide-t-il au quotidien dans la gestion de votre budget ? (Bons plans magasins, information venant du réseau d'amis, « je connais quelqu'un qui souhaite donner des vêtements », ou autre...)
- *Quelques fois, auprès de certaines enseignes et marques.*

Entretien téléphonique du 11 Août 2020 avec Christian Page

Christian Page est un franco-suisse âgé de 48 ans. Il s'est retrouvé à la rue suite à un divorce et la perte de son emploi en 2014. Il y a vécu durant quatre ans.

Très adepte des nouvelles technologies, Christian a toujours sur lui un téléphone portable, qu'il maîtrise parfaitement. Il a su en faire un atout en se créant un compte sur Twitter pour y retranscrire sa vie d'errance, tel un journal intime. Un réseau important de followers s'est rapidement développé – notamment grâce à des tweets très médiatisés - si bien qu'il est aujourd'hui suivi par plus de trente mille personnes, dont parmi eux des personnalités médiatiques. On le surnomme le « SDF 2.0 », bien qu'il ait trouvé un logement depuis 2018. Sa notoriété sur Twitter a amené une maison d'édition à le contacter afin de lui proposer d'écrire son histoire dans un livre : *Belleville au cœur*, édition Slatkine et Cie. Ce dernier est sorti le 1^{er} Novembre 2018, date symbolique correspondant au premier jour de la trêve hivernale.

Equipement numérique

- Depuis combien de temps avez-vous un téléphone portable ?
- *Depuis que ça existe (rires) ! J'ai toujours eu des outils de communications. Tu te souviens des petits appareils comme les Tatoos, il y a longtemps ? Ben j'avais ça. J'avais aussi le premier téléphone portable...je ne sais plus son nom...oui c'est ça le Be Bop !*
- Comment avez-vous appris à vous en servir ?
- *Pour des gens de mon âge, je suis une sorte d'alien. J'avais déjà cette pratique des technologies, donc ça a été facile pour moi. La technologie m'a toujours intéressée. Aujourd'hui toutes les technologies sont réunies dans un seul appareil : chaine Hi-Fi, appareil photo, téléphone...tout ! C'est vraiment pratique.*

- Avez-vous d'autres équipements : tablette, ordi ?
- *Comme je ne suis plus à la rue, j'ai une tablette et un ordinateur portable. Je trouve la tablette moins bien qu'un PC. Je ne sacralise pas le smartphone, attention ! Le PC me sert à écrire mes livres. J'utilise mon téléphone de manière pragmatique, je l'utilise pour ce que c'est.*
- Comment les rechargez-vous en batterie et en unité de consommation ?
- *En mode « rue », je rechargeais mon téléphone dans les associations ou dans les bars que je connaissais. Il y a beaucoup de vols dans les associations, c'est pourquoi j'ai opté pour les batteries externes. Si tu recharges ta batterie externe et qu'on te la vole, ce n'est pas trop grave. Tandis que si c'est ton téléphone, ben c'est bien plus emmerdant ! Tu perds tout et si tu ne réagis pas à temps, ils peuvent avoir accès à tes contacts, tes infos...heureusement tu peux bloquer ton téléphone à distance en allant sur internet, comme ça ils ne peuvent plus rien faire avec.*
- *Pour la consommation, on peut utiliser une carte SIM, ou alors accéder au Wifi gratuit. On peut y avoir accès sans carte SIM. Maintenant il y a du Wifi partout à Paris, dans les bars, les restos, lieux publics...il suffit juste d'envoyer un message pour dire « rappelle-moi » et c'est bon. Sinon, une bénévole m'avait ouvert une ligne avec sa box internet. Elle était chez Free, et j'ai bénéficié d'un forfait illimité à vingt euros par mois, que je lui remboursais. Aujourd'hui j'ai récupéré l'abonnement à mon nom.*

Pratique du téléphone

- Pourquoi Twitter ?
- *Alors là, c'est un pur hasard ! Je n'ai jamais été réseaux sociaux, Facebook, tout ça...C'est Hervé, un ami à moi, qui m'en a parlé. Il trouvait des petits boulots sur Twitter. Il envoyait des tweets pour demander des petits boulots et ça fonctionnait. Moi j'étais plus « sms ».*

Un matin, en hiver, j'avais dormi dans un parc. Un agent de la mairie de Paris m'avait chassé du lieu avec un jet d'eau froide. J'avais pris en photo mes affaires souillées et détrempées et je l'ai tweeté pour dénoncer ce qu'il m'avait fait. Mon nombre de followers a explosé suite à ce tweet. Juste après, Anne Hidalgo, la maire de Paris, en personne m'a contacté pour s'excuser ! Elle ne faisait pas la fière ! (rires)

Depuis, Twitter est devenu un journal dans lequel je raconte mon quotidien. Tu sais, les réseaux sociaux ça varie beaucoup, le nombre de followers va augmenter ou baisser en fonction de l'actualité, de mes tweets... certains vont aimer, d'autres non.

Twitter est un réseau social très actif. Je ne suis pas sur les autres réseaux sociaux. Je suis uniquement sur Twitter. D'ailleurs, j'ai rendez-vous début septembre à la mairie de Paris avec l'adjointe au maire, en charge de la lutte contre l'exclusion. Ils auraient besoin de moi car j'aurais apparemment de bonnes idées à leurs transmettre ! (rires)

- Depuis quand utilisez-vous Twitter ?

- *J'ai ouvert mon compte début 2016, mais je ne l'ai vraiment utilisé qu'à partir de la fin de l'année 2016. Il y a eu une grosse médiatisation début 2017...tu sais j'ai même fait des plateaux TV, j'ai été interviewé en France et pour l'étranger, il y a eu CNN, la télé Russe, la Colombie, on me surnomme El Vagabundo là-bas ! C'est comme ça qu'ils appellent les sans-abris !*

- De quelle manière échangez-vous avec vos contacts ?
 - o Votre famille ?

- *Avec ma famille, on se téléphone ou alors on se voit en face à face. On reste à l'ancienne. Mon frère et ma sœur ne sont pas du tout réseaux sociaux, et mes parents qui ont 85 et 89 ans je te raconte pas ! (rires) Ah si, j'ai mon neveu qui est sur les réseaux sociaux.*

- Vos amis ?
- *Quatre-vingt-dix pour cent du temps, on se voit en face à face, pour ce qui est des amis proches. Sinon c'est les réseaux sociaux, Twitter...*
- Les associations ?
- *Twitter essentiellement. Je connais tout le monde, les assos, les journalistes...J'aide les associations en lançant des alertes sur Twitter.*
- Les acteurs sociaux ?
- *Mes relations sont compliquées avec eux...comme je n'hésite pas à dénoncer les autorités ; les préfets, les députés, les maires etc. ils ne préfèrent pas trop se frotter à moi ! (rires)*
- Les administrations (Pôle Emploi, CAF...) ?
- *Je vais sur les sites pour échanger les infos ou prendre rendez-vous. Je sais que bientôt, tout va se faire par internet et ça va être compliqué pour pas mal de monde...la fameuse « fracture numérique » !
C'est Emmaüs qui m'a relogé. La médiatisation a joué un rôle, ça donne un certain pouvoir...J'utilise Twitter pour aider, lancer des alertes, organiser des maraudes. Je ne me suis pas confiné pour aider les SDF. En ce moment je distribue des masques aux SDF, comme c'est devenu obligatoire dans certains quartiers de Paris. C'est la Fondation de l'Académie de Médecine qui me les a donnés.*
- Vous arrive-t-il d'utiliser votre téléphone pour d'autres usages : informations, films/séries, musiques, jeux... ?
- *J'écoute un peu de musique, sinon je vais surtout sur le site d'informations, dans le monde...beaucoup d'informations, je cherche à savoir tout ce qu'il se passe. Je ne joue pas aux jeux vidéo, je ne regarde ni les vidéos ni les films. Pour moi le téléphone*

est un outil. Je sais identifier les fakes news, les trolls, les bots, les faux comptes...J'ai appris par moi-même, c'est venu naturellement.

J'ai rencontré beaucoup de followers grâce à Twitter. Je n'ai jamais fait la manche, ou alors la « manche 2.0 » ! (rires) J'avais pris en photos mes chaussures défoncées et j'ai eu une nouvelle paire dans la journée ! D'ailleurs ça fait des jaloux dans la communauté...j'ai même eu des menaces de mort. Avec 30 K, je me fais insulter : « va bosser » etc. Rien de sérieux heureusement, ce sont des rageux qui se cachent derrière leurs écrans. Après leurs comptes disparaissent grâce à la pression de mes followers...ils ne tiennent pas longtemps ! Je reste méfiant quoiqu'il arrive.

- Vous arrive-t-il de consommer au travers de votre téléphone :
 - Plateforme collaborative, e-commerce
- *Pas du tout, je n'ai jamais fait de paiement électronique. Je me méfie...même quand il y a des promos, je vais aller voir le produit en magasin.*
 - Bons plans : dons de nourriture, points d'intérêt (douche, wifi, hébergement...)
- *Oui, et je partage sur Twitter. Google Map m'aide à situer les endroits utiles, c'est vraiment pour m'informer.*
 - Vous sentez-vous concerné par des campagnes de communication ? Si oui, lesquelles ?
- *Oui et je les relais : Emmaüs, Fondation Abbé Pierre, dès qu'il y a du social je retweet.*
 - Et concernant les autres marques, hors contexte social ?
- *On m'a proposé de sponsoriser mes tweets. Quand tu dépasses un certain nombre de followers, Twitter te mets en relation avec des marques qui peuvent te sponsoriser.*

J'ai toujours refusé. « Mon cul n'est pas à vendre ! » (Rires) Je n'ai pas besoin d'argent, je sais que je peux me débrouiller. J'ai connu la rue !

- Répondez-vous aux enquêtes de satisfaction client ?
- *Non pas vraiment, ou alors pour rigoler.*
- Vous arrive-t-il de donner votre avis sur des produits/services sur des plateformes numériques ?
- *Je ne donne jamais mon avis et je ne fais de la pub pour personne. Ou alors seulement pour ceux qui nous ont aidés : Total qui nous a donné des vêtements et des chaussettes pour les maraudes, Cetelem qui nous a donné des ordis, Danone nous a donné cinq mille bouteilles d'eau l'été dernier pendant la canicule et qui s'apprête à le refaire, Décathlon nous a donné deux cent sacs à dos et tentes...Ça se limite à l'action, en remerciement.*
- D'une manière générale, comment considérez-vous le téléphone portable dans votre vie ? Quelle représentation en faites-vous ?
- *C'est vraiment un outil informatif, il a joué un rôle de libération chez l'homme. On a accès à l'information de n'importe où. Le mec qui a inventé le smartphone, il mériterait le prix Nobel ! C'est une des plus grandes inventions du 21^{ème} siècle ! Comme je te le disais au début, tu as toutes les technologies dans ta poche !*

RESUME ET MOTS CLES

A une époque où le sujet de la fracture numérique fait l'objet de réflexions, nous avons voulu porter un regard sur la façon dont les personnes en situation précaire utilisent leurs téléphones portables, notamment les personnes sans-abri. Une étude menée en France par une association en 2018 révèle que sur un échantillon de 285 individus, 91% des personnes sans-abri (dont la définition inclut les personnes sans logement, en situation de logement précaire ou inadéquat) interrogés par le biais d'associations et de travailleurs sociaux, possèdent un téléphone mobile et 71% un smartphone. Le téléphone portable, objet technologique désormais intégré à nos vies, fait donc aussi parti de la vie de celles et ceux qui n'ont pas forcément la chance d'avoir régulièrement un toit au-dessus de leurs têtes. Le travail de recherche que nous avons humblement tenté de faire ici nous a fait prendre conscience du rôle déterminant que pouvait jouer le téléphone portable (avec ou sans connexion à internet) dans leur quotidien. Bien plus qu'un objet de télécommunication, nous avons constaté que le téléphone portable se positionnait comme un facteur d'intégration et de socialisation en participant notamment à la construction des identités et des réseaux sociaux. Nous avons vu également le rôle stratégique qu'il occupait quant au maintien des relations sociales des personnes pauvres, avec leurs familles, leurs amis, les acteurs sociaux et les associations. Par ailleurs, le téléphone mobile, au travers des marques digitale, permet aux personnes en situation précaire de faire, malgré tout, partie de la société dans ses aspects marchands, informationnels, et administratifs. Les marques digitales se montrent ainsi, envers elles, inclusives en les intégrant dans leurs stratégies de développement.

#inclusion #téléphoneportable #smartphone #liensocial #sansabri #sdf #numérique #digital
#fracturenumérique #marque #précarité #pauvreté