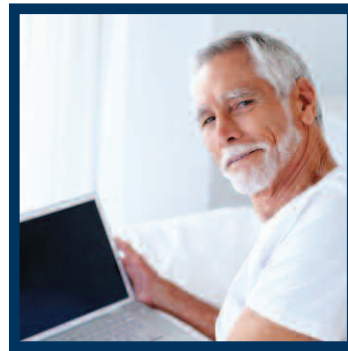


Génération@



DES AÎNÉS BRANCHÉS
ET DE PLUS EN PLUS
COMPÉTENTS AVEC LES TIC

Une réalisation du

cefrio
Innové par les TIC



Avant-propos	2
Introduction	3
Faits saillants	5
PARTIE 1 – LE PORTRAIT DES AÎNÉS INTERNAUTES.....	9
Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec	9
Motivations à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec	22
Freins à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec.....	24
Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité	26
PARTIE 2 – L'EXPÉRIMENTATION	29
Les expérimentations de la visiophonie à l'extérieur du Québec.....	29
Les conditions de l'expérimentation.....	29
Le dispositif de visiophonie.....	29
Le contexte de l'utilisation de la visiophonie.....	30
La collecte des informations	30
Les interactions dans un cadre de visiophonie.....	31
Les conditions organisationnelles de la visiophonie.....	31
Les conditions de succès de l'expérience.....	36
Les incontournables d'un déploiement à grande échelle.....	37
Conclusion.....	39

COLLABORATION

ÉQUIPE PROJET

Josée Beaudoin

Vice-présidente Innovation et Transfert, CEFRIO

Najoua Kooli

Directrice de projet (volet 1), CEFRIO

Francine Thomas

Directrice de projet (volet 2), CEFRIO

Mélanie Fontaine

Chargée de projet, CEFRIO

Annie Couture

Chargée de projet, CEFRIO

Raphaël Danjou

Chargé de veille, CEFRIO

CHERCHEURS UNIVERSITAIRES ASSOCIÉS AU PROJET

Magda Fusaro, UQAM (*chercheuse principale*)

Christian Boudreau, ENAP

Sylvain Sénécal, HEC Montréal

Sandrine Prom-Tep, HEC Montréal

PARTENAIRES DU PROJET

Place des aînés de Laval

Régie des rentes du Québec

Revenu Québec

Société de l'assurance automobile du Québec

Services Québec

PARTENAIRES TECHNOLOGIQUES

Bell

CISCO

Merci à l'équipe d'Impact Recherche pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données

ÉQUIPE D'ÉDITION

Anne-Marie Jolicoeur

Conseillère en communication

Supervision de l'édition

Brigitte Ayotte, Ayograph

Graphisme

PRINCIPAL PARTENAIRE FINANCIER DU PROJET :

SOUS-SECRETARIAT AUX RESSOURCES INFORMATIONNELLES
ET BUREAU DU DIRIGEANT PRINCIPAL DE L'INFORMATION DU
SECRETARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR

**Secrétariat
du Conseil du trésor**

Québec 

Dépôt légal : 3^e trimestre 2011
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISBN : 978-2-923852-20-1 (imprimé)
ISBN : 978-2-923852-21-8 (PDF)

La version PDF de ce rapport peut être téléchargée dans la
section « Publications » du site Web du CEFRIO :
www.cefrio.qc.ca

Pour tout renseignement complémentaire, communiquez avec
le CEFRIO.

Courriel : info@cefrio.qc.ca

Bureau de Québec
888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6
Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal
550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 471
Montréal (Québec)
H3A 1B9
Tél. : 514 840-1245

Site Internet : www.cefrio.qc.ca

Avant-propos



En 2010, la population dont l'âge se situe entre 55 et 64 ans comporte 68 % d'utilisateurs réguliers d'Internet, alors que celle de 65 ans et plus s'y retrouve à 40%. Les aînés représentent aujourd'hui le groupe d'âge ayant la plus forte croissance sur le Web. Et pour la première fois de l'histoire du Québec, les 65 ans et plus constituent 15 % de la population, une proportion équivalente à celle des jeunes de moins de 15 ans. Si on ajoute les personnes de 55 à 64 ans, nos aînés de demain, c'est presque le tiers de la population du Québec!

Le projet Génération A répond à la préoccupation des institutions québécoises de comprendre la relation qu'entretiennent les aînés du Québec avec les technologies de l'information et de la communication. Génération A est réalisé suite à une aide financière accordée par le programme «Appui au passage à la société de l'information» du Sous-secrétariat aux ressources informationnelles et bureau du dirigeant principal de l'information du Secrétariat du Conseil du trésor. Ce projet est rendu possible grâce à la participation de nos partenaires gouvernementaux que sont la Régie des rentes du Québec, Revenu Québec, la Société de l'assurance automobile du Québec, Services Québec, ainsi que nos partenaires technologiques Bell Canada et Les Systèmes Cisco Canada Cie ltée.

Le présent rapport vous livre les résultats d'une enquête menée auprès de 2 000 aînés internautes au Québec, de groupes de discussion et de tests d'utilisabilité qui ont permis de valider les témoignages recueillis. À travers ces pages, vous apprendrez, entre autres, qui sont les aînés branchés, les types d'équipements privilégiés par ces derniers et la confiance qu'ils attribuent aux technologies.

Au fil des pages, nous vous présenterons également les résultats d'une expérimentation de la visiophonie, une technologie qui allie la téléphonie, Internet et la téléconférence, qui a permis de cerner la manière dont les technologies issues d'Internet constituent un nouvel espace pour les personnes du troisième âge.

En plus de dresser le portrait des séniornauts, ce rapport identifie certains facteurs critiques au succès de l'utilisation des TIC par nos aînés. Rappelons que le vieillissement de la population est un phénomène démographique qui affecte plusieurs pays industrialisés à travers le monde, et que l'incidence de ce phénomène sur les politiques publiques est importante. Les résultats qui vous seront présentés aux pages suivantes visent ainsi à apporter une contribution modeste pour la mise en œuvre de technologies adaptées aux aînés.

Je vous souhaite une excellente lecture!

Jacqueline Dubé
Présidente-directrice générale

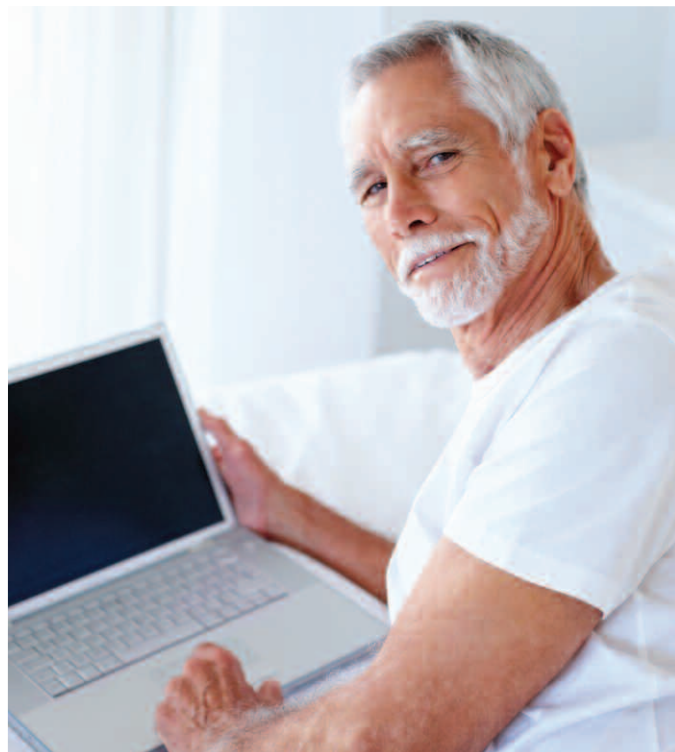
Pourquoi Génération A ?

« A » pour...

- A**înés
- A**uteurs et **A**cteurs dans notre société
- A**doption optimale des TI
- A**ccessibilité Web, c'est-à-dire aux sites mais aussi aux informations (dans le cadre de la démarche W3C)
- A**ccompagnement des aînés
- A**daptabilité des TI aux aînés
- A**ppropriation des TI par nos aînés

Introduction

À la lumière des résultats des enquêtes menées par le CEFRIO traitant de l'utilisation et des usages d'Internet auprès de la population québécoise, et des écrits parus sur le sujet, il apparaît primordial d'examiner de plus près les usages que font les aînés, soit les 55 ans et plus¹, des technologies de l'information et de la communication (TIC). Selon les résultats des dernières enquêtes produites par le CEFRIO² en 2010, la cohorte des 55-64 ans comportait 68% d'utilisateurs réguliers d'Internet, ce qui représentait une augmentation substantielle depuis 2009 alors que le taux était de 63%. Ils étaient par ailleurs 8% à utiliser Internet occasionnellement, pour un total de 76%. Quant aux aînés de 65 ans et plus, ils étaient 40% à utiliser régulièrement Internet en 2010 et 11% à le faire occasionnellement, pour un total de 51%. Malgré leur retard relatif par rapport au reste de la population (adultes québécois), leur taux d'utilisation régulière d'Internet continue de progresser lentement, ayant passé de 34% en 2007 à 35% en 2008 puis à 36% en 2009³.



© Yuri_Arcur... | Dreamstime.com

Globalement, la proportion d'internautes québécois réguliers âgés de plus de 55 ans était de près de 54% en 2010 auxquels s'ajoutent 10% d'internautes occasionnels. Cette croissance est d'autant plus importante qu'il s'agit souvent d'une génération éduquée (55-64 ans), encore active, avec un pouvoir d'achat élevé, et qui représente une grande proportion de la population.

Selon l'Institut de la statistique du Québec⁴, la population du Québec âgée de plus de 65 ans dépasse le seuil des 15% (15,3%) pour la première fois de son histoire. C'est presque autant que la population des 15 ans ou moins (15,6%). Tout porte à croire que cette tendance

ira en s'amplifiant puisque les premières cohortes des baby-boomers (1946 à 1966) atteindront 65 ans en 2011. Cela étant dit, cette situation particulière n'est pas propre au Québec puisque la proportion des personnes âgées de plus de 65 ans sera de 14,1% au Canada et 13% aux États-Unis. Cette proportion est plus prononcée encore dans des pays comme le Japon, l'Allemagne et l'Italie où elle sera de plus de 20%⁵. Ces tendances ne sont pas sans conséquence au moment de penser les services gouvernementaux en ligne, d'autant plus qu'il existe des différences importantes à l'intérieur même de cette frange de la population (état de santé, âge, revenu, etc.).

¹ Selon Statistique Canada, un aîné est une personne âgée de 65 ans et plus. Pour notre part, nous incluons à cette définition les personnes dont l'âge se situe entre 55 et 64 ans. Plusieurs raisons expliquent cette décision. D'une part, les personnes de 55 à 64 ans représentent les aînés de demain. D'autre part, le poids démographique de ces mêmes personnes est indéniable puisqu'à elles seules elles représentent 17% de la population québécoise (Institut de la statistique du Québec, 2007). Pour ces deux raisons, nous jugeons indispensable de connaître la situation des aînés actuels (les 65 ans et plus), mais aussi de pouvoir anticiper ce que seront les aînés de demain (les 55-64 ans).

² CEFRIO, *NETendances 2010*.

³ Ces taux sont issus des données compilées annuellement pour les enquêtes NETendances réalisées par le CEFRIO (2007-2008 et 2009).

⁴ Institut de la statistique du Québec (2010). *Le bilan démographique du Québec*, 91 pages. Les chiffres du paragraphe sont issus de ce rapport publié en décembre 2010.

⁵ *Ibidem*.

Le projet Génération A repose sur une méthodologie de recherche qui allie une étude quantitative, une analyse qualitative ainsi qu'une expérimentation de nouveaux services et outils technologiques. Le projet a ainsi examiné les usages de l'ordinateur et d'Internet par les aînés québécois, les déterminants facilitant ou non l'usage des TIC et les besoins des aînés en matière de services en ligne.

L'expérimentation de la visiophonie, une technologie qui allie la téléphonie, Internet et la téléconférence, constitue le dernier volet du projet. Cette expérimentation a permis de cerner de quelle manière les technologies issues d'Internet constituaient un nouvel espace pour les aînés et quels étaient les facteurs de succès d'une telle appropriation. Elle a en outre examiné les conditions de déploiement de la visiophonie dans des organisations prestataires de services.

Le présent rapport est une synthèse des résultats de l'ensemble du projet Génération A. Il regroupe en première partie les résultats d'une enquête, de groupes de discussion et de tests d'utilisabilité réalisés auprès des aînés, et il expose en seconde partie les résultats d'une expérimentation de la visiophonie auprès d'un groupe d'aînés.

VISIOPHONIE

Selon le Grand dictionnaire de terminologie de l'Office québécois de la langue française, quand on parle de visiophonie, il s'agit d'une « technique qui, en intégrant des caméras et des écrans à des appareils téléphoniques, permet à des interlocuteurs de se voir en même temps qu'ils parlent » (www.granddictionnaire.com).

VISIOGUICHET

En France, on désigne par le terme « visio guichet » le système de visiophonie qui permet à la population de régions éloignées des grands centres d'accéder à des services administratifs sans avoir à se déplacer sur de grandes distances. Il s'agit d'un néologisme qui gagne néanmoins en popularité au fil des expériences qui s'y rapportent dans cette région du globe.

Faits Saillants

Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec

Un taux de pénétration d'Internet en faible croissance, toujours en deçà des générations plus jeunes.

En 2010, près de 54% des personnes de plus de 55 ans utilisaient régulièrement Internet. Par contraste, 75% de la population adulte totale utilisait Internet régulièrement et 94% des 18-24 ans en faisaient autant. L'utilisation par les aînés montre une croissance faible mais constante au fil des années. D'après le profil démographique des utilisateurs, les aînés les plus âgés sont ceux qui ont le plus de difficulté à rattraper la vague technologique, alors que les aînés les plus jeunes semblent y arriver beaucoup plus facilement.

Les séniornautes sont globalement peu équipés, mais il existe toutefois un segment de séniornautes High-tech.

58% des personnes de plus de 55 ans possédaient un ordinateur à leur domicile, contre 75% de l'ensemble de la population⁶. Cependant, les aînés présentent une grande hétérogénéité dans leur niveau d'équipement. Ainsi, si 21% d'entre eux sont peu équipés, les aînés les plus jeunes (55-64 ans) ont toutefois un équipement informatique semblable à celui des jeunes adultes, ce qui traduit une aisance avec la technologie que n'ont pas les plus âgés.

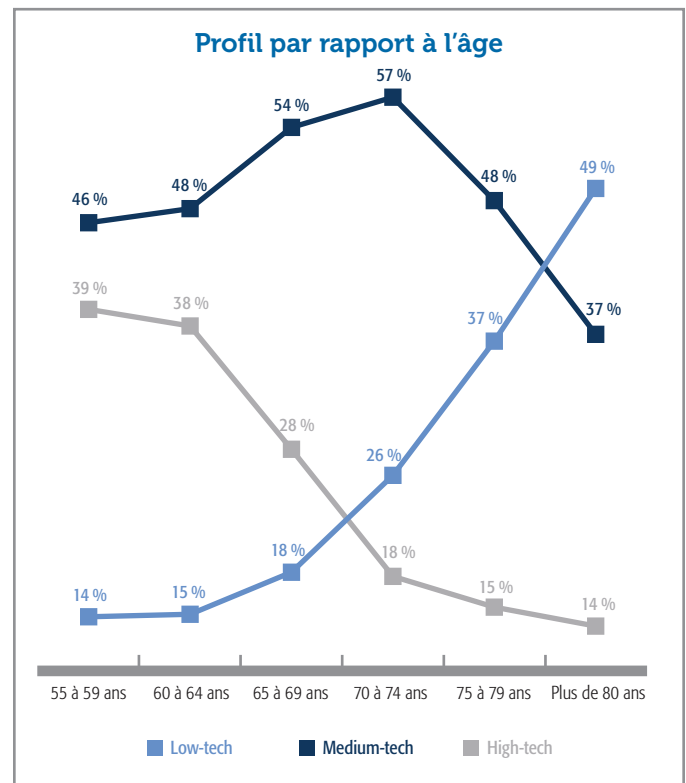
Une utilisation intensive d'Internet parmi les séniornautes.

Alors que les aînés internautes utilisent Internet en moyenne 15,7 heures, parmi eux, 34% l'utilisent plus de 20 heures par semaine. Cela est comparable au nombre d'heures que les grands utilisateurs de la génération C passent sur Internet⁷. Internet est-il un refuge pour certains aînés? Il semble que ce soit une explication convaincante puisque ceux qui sont les moins satisfaits de leurs conditions de vie passent

environ sept heures de plus par semaine sur le Web que ceux qui en sont satisfaits. Les plus grands utilisateurs sont des personnes vivant seules, au faible niveau de scolarité, et ayant des revenus familiaux inférieurs à 40 000 \$.

Des activités de base centrées sur l'utilisation du courriel et de la recherche d'information.

Les séniornautes ont assurément adopté le courriel: 98% d'entre eux l'utilisent régulièrement et 2%, occasionnellement. Les autres activités dans lesquelles ils sont le plus à l'aise tournent autour de la recherche d'information.



⁶ CEFRIO, *NETendances 2010*.

⁷ 33% des 12-24 ans passent 21 heures et plus sur Internet chaque semaine (CEFRIO, *Génération C: les 12-24 ans – Moteurs de transformation des organisations*, rapport synthèse, CEFRIO, Montréal, 2009).

Les nouvelles en ligne, un créneau d'importance chez les aînés internautes.

La lecture des nouvelles en ligne est une activité prisée chez les séniornauts puisque 71 % d'entre eux le font sur une base régulière. Mais plus encore : 21 % des séniornauts déclarent qu'ils préfèrent lire leurs nouvelles sur Internet que dans les médias traditionnels ! Ainsi, même si les médias traditionnels demeurent fortement ancrés dans les habitudes des aînés, Internet se taille peu à peu une place enviable dans leur routine.

L'utilisation de sites Web bancaires et des sites gouvernementaux, une habitude bien ancrée.

62 % des séniornauts consultent leurs comptes bancaires au moins une fois par semaine, et 50 % y font des transactions. Par ailleurs, et contre toute attente, 57 % des personnes interrogées à l'enquête utilisent les sites Web gouvernementaux pour y effectuer des transactions. L'utilisation des sites Web bancaires et des fonctionnalités transactionnelles est donc en train de passer dans les habitudes des aînés internautes.

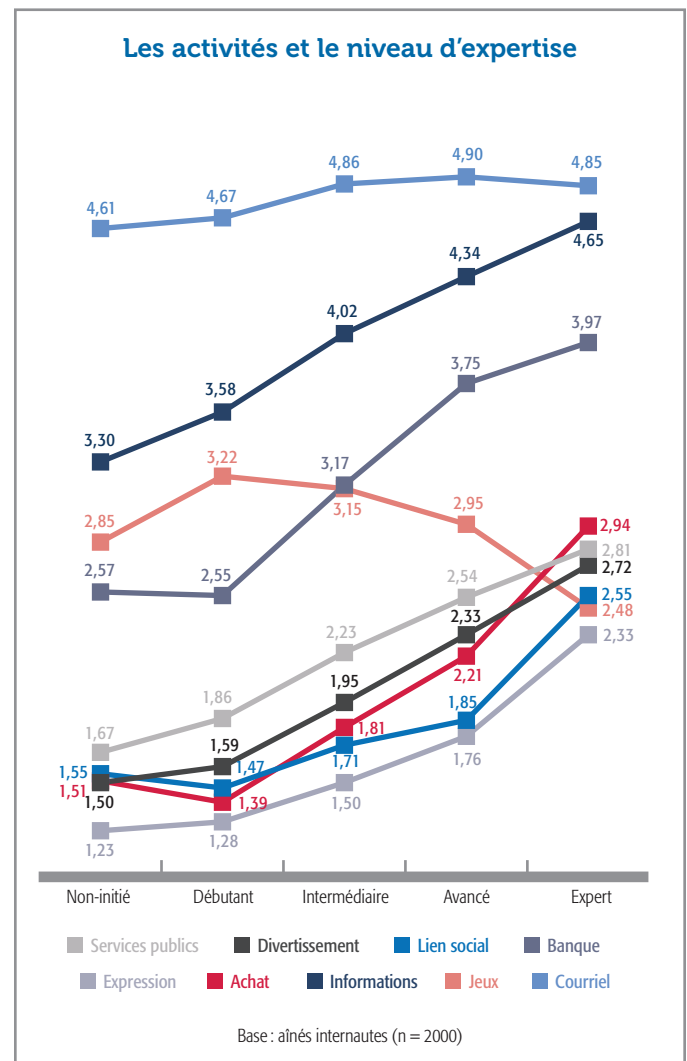
Le e-commerce, la sécurité et l'expertise.

57 % des séniornauts font des achats en ligne, dont 4 % sur une base régulière et 53 % sur une base occasionnelle, et le taux d'achats en ligne augmente radicalement selon l'expertise. Alors que 33 % des débutants se commettent avec le e-commerce, 97 % des experts le font. Cependant, la perception de sécurité demeure encore l'un des principaux freins à l'utilisation du e-commerce. Les aînés qui achètent en ligne sont donc plus confiants que les autres en la sécurité d'Internet, mais ils sont également plus experts, plus jeunes et plus fortunés que les autres.

Le jeu en ligne, la porte d'entrée d'Internet.

Le jeu en ligne est la seule activité ludique qui ne croît pas avec l'expertise. Alors que 60 % des débutants jouent en ligne, 53 % des intermédiaires et 46 % des

initiés le font. Le jeu en ligne est donc un moyen de divertissement privilégié d'appropriation d'Internet. De plus, les aînés jouent plus en ligne que la plupart des Québécois (21 % des Québécois jouent en ligne chaque mois). Les jeux et les concours permettent aux aînés d'évoluer dans un environnement technologique ludique et rassurant. Il s'agirait donc d'une piste prometteuse pour promouvoir l'utilisation d'Internet par les aînés débutants.



Freins et motivations de l'utilisation d'Internet par les aînés (internautes et non-internautes) du Québec

Des aînés très intéressés par les nouvelles technologies.

Les aînés internautes manifestent un vif intérêt pour les nouvelles technologies. Ils sont 87 % à être assez ou très intéressés par les TIC. Les hommes (90 %) et les personnes qui ont terminé des études universitaires (89 %) semblent particulièrement attirés; ils ont d'ailleurs le profil des plus grands utilisateurs d'Internet.

Des motivations qui évoluent avec le temps.

Les motivations à utiliser les TIC évoluent dans le temps chez les aînés internautes. Ils sont désormais 91 % à utiliser un ordinateur par intérêt personnel, alors que 75 % déclarent avoir commencé à utiliser Internet pour les mêmes raisons. Au fur et à mesure que leur apprentissage avance, ils apprécient de plus en plus le côté divertissant (74 %) et pratique (46 %) de l'ordinateur, alors qu'ils l'utilisent moins pour le travail (35 %) ou pour suivre des cours ou des formations (11 %). Les séniornautes semblent donc prendre goût à l'informatique et à Internet une fois qu'ils y ont été initiés.

Des motivations principalement ludiques.

Les motivations énoncées par les aînés pour l'utilisation d'Internet tournent essentiellement autour d'occupations ludiques. Leur principale motivation est la distraction et la détente (70 %). Viennent ensuite le désir de se tenir au courant et de s'informer (66 %) et le maintien des relations avec les proches (64 %).

La perception de sécurité en ligne, une histoire d'expertise.

67 % des aînés interrogés croient qu'il n'est pas sécuritaire de transmettre des informations personnelles en ligne. Cependant, plus l'expertise en ligne augmente, plus les craintes s'atténuent. L'expérience modifie donc les croyances et les perceptions liées à Internet.

Les coûts, un frein important dans l'utilisation des TIC.

L'aspect économique constitue un frein important pour les aînés. Ce constat a été fait lors des deux volets de l'enquête. Plusieurs participants aux groupes de discussion, qu'ils soient initiés ou non à Internet, ont mis en lumière les coûts importants engendrés par l'acquisition de matériel informatique et les frais récurrents nécessaires pour maintenir son équipement à jour et avoir accès à un branchement Internet.

MOTIVATIONS		
	Au départ %	Maintenant %
Intérêt personnel	75	91
Divertissement	50	74
Travail	44	35
Côté pratique	27	46
Formation	18	11

Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité

Le dépannage et le coaching, les formes d'accompagnement préférées par les séniornauts.

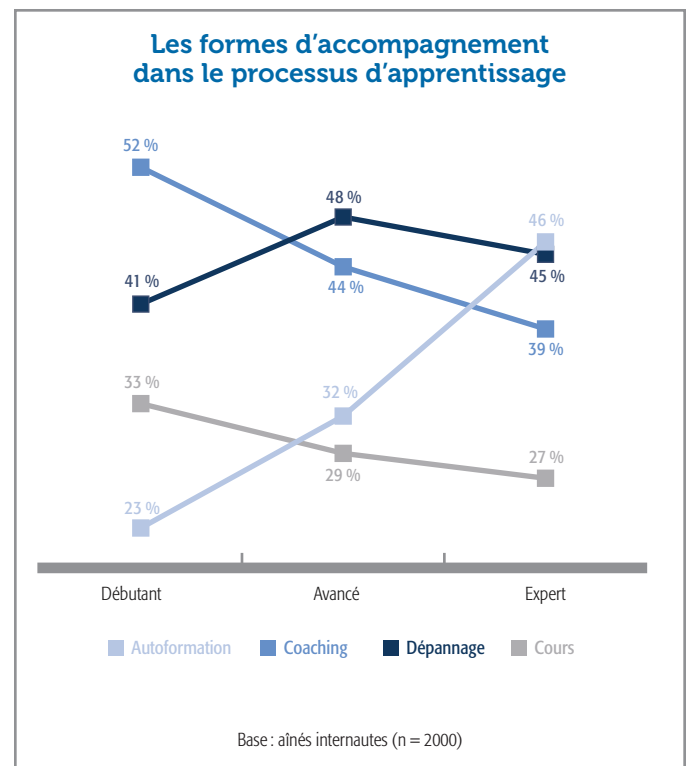
Le dépannage est la forme d'aide qui est jugée la plus essentielle par 46% des séniornauts. Cette forme d'aide leur permet de trouver de l'assistance en tout temps, au téléphone ou en ligne. Ils peuvent ainsi continuer à naviguer sur Internet sans interruption prolongée. Le *coaching* arrive juste après, avec 44% des suffrages des séniornauts. Ils semblent donc apprécier un accompagnement suivi et personnalisé, assuré par les proches.

Les formes d'accompagnement souhaitées par les séniornauts changent selon leur niveau d'expertise.

Ainsi, l'autoformation, qui n'a pas du tout la cote auprès des débutants, est la forme d'accompagnement préférée par les initiés. À l'inverse, le *coaching*, préféré par les débutants, arrive en troisième place chez les initiés. Le dépannage est la seule forme d'accompagnement qui semble être jugée essentielle par tous. L'accompagnement doit donc prendre des formes différentes, selon le niveau d'expertise, mais on devrait veiller à offrir des services de dépannage en tout temps.

Les sites Web de services gouvernementaux gagnent à être adaptés aux aînés.

Les tests d'utilisabilité font ressortir la difficulté qu'ont certains aînés peu initiés à naviguer sur les sites Web gouvernementaux en ligne. Alors que les participants sont familiers avec les sites et qu'ils en donnent une appréciation générale positive, très peu d'aînés sont arrivés à utiliser les services Web sans aide. Les services en ligne gagneraient donc à être simplifiés et clarifiés, notamment en décomposant les tâches au maximum, en s'assurant de la compréhension de la terminologie auprès du public cible et en soignant l'aide en ligne.



PARTIE 1 - LE PORTRAIT DES AÎNÉS INTERNAUTES

Portrait de l'utilisation d'Internet et de l'ordinateur par les aînés internautes du Québec

La présente section dresse un portrait, ou plutôt des portraits des aînés internautes du Québec. Il faut en effet demeurer prudent lorsqu'on parle « des aînés » puisque ceux qui sont ainsi désignés comme un seul groupe sont en fait très hétérogènes entre eux. L'étude des séniornautes⁸, dont il est fait synthèse ici, fait ressortir leur grande disparité en matière d'expertise avec Internet, d'équipement et d'usages d'Internet mais, auparavant, il apparaît utile de dresser un bref état de la situation au Québec afin de faire ressortir le contexte de l'étude.

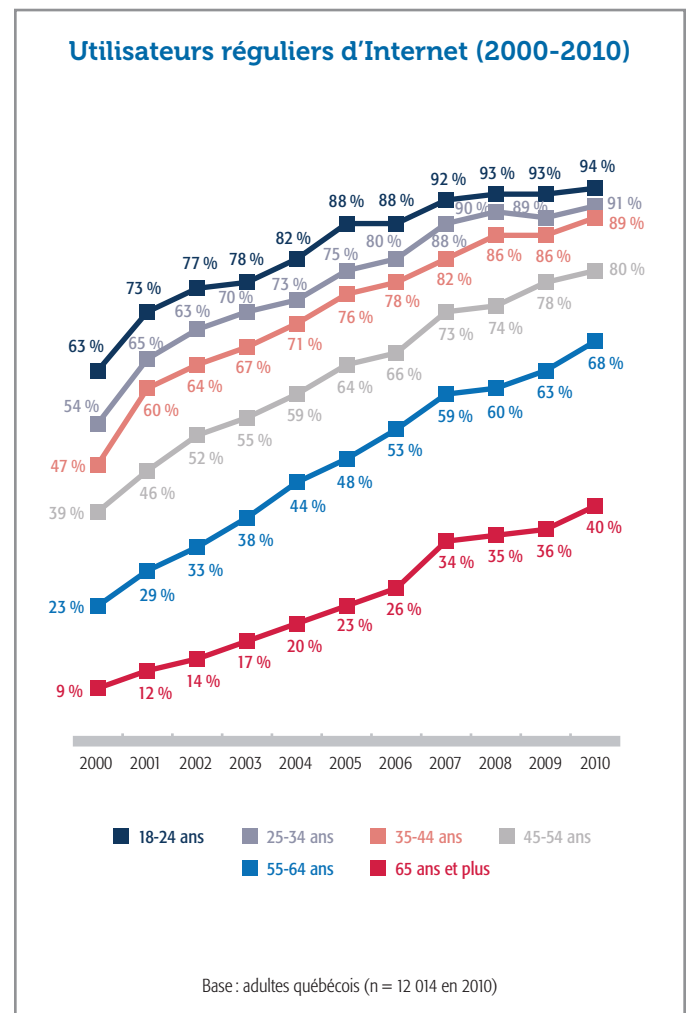
État de la situation au Québec

Menée auprès de 12 014 adultes du Québec, l'enquête *NETendances 2010* a montré que près de 54%⁹ des personnes de plus de 55 ans utilisaient régulièrement Internet. Dans le détail, 68% des aînés de 55 à 64 ans et 40% des personnes de plus de 65 ans utilisent régulièrement Internet. Malgré la croissance continue des taux d'utilisation des aînés québécois, la génération A accuse toujours un retard par rapport aux plus jeunes générations : elle est en décalage par rapport aux taux d'utilisation de la population en général (75%) et, à l'autre extrême, des jeunes adultes (94% des Québécois de 18 à 24 ans).

Profil sociodémographique

Les aînés présents sur Internet, ou séniornautes, présentent des caractéristiques démographiques que l'on retrouve souvent dans la documentation scientifique : l'utilisateur type est un homme, faisant partie des plus jeunes aînés (55-64 ans), disposant d'un revenu de retraite supérieur à la moyenne et ayant un niveau d'éducation universitaire. À cela on peut ajouter que les

aînés qui vivent dans les régions métropolitaines de Québec (56%) et de Montréal (54%) sont de plus grands adeptes d'Internet que ceux qui se trouvent dans les régions de l'Est (42%), du Centre (39%) et de l'Ouest-du-Québec (46%).



Source : CEFRIO, enquête *NETendances 2010*.

⁸ Le terme « séniornaute » est réservé aux aînés qui utilisent Internet, alors que le terme « aîné » englobe autant les utilisateurs que les non-utilisateurs d'Internet.

⁹ CEFRIO, *NETendances 2010*.

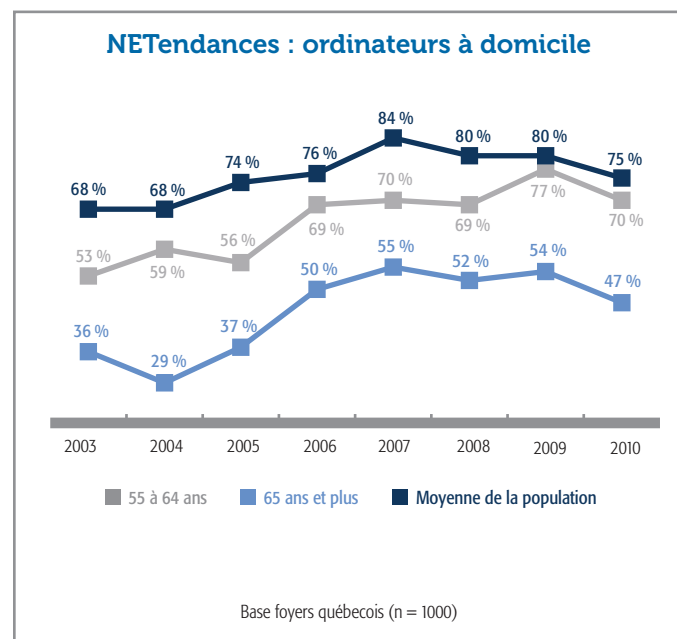
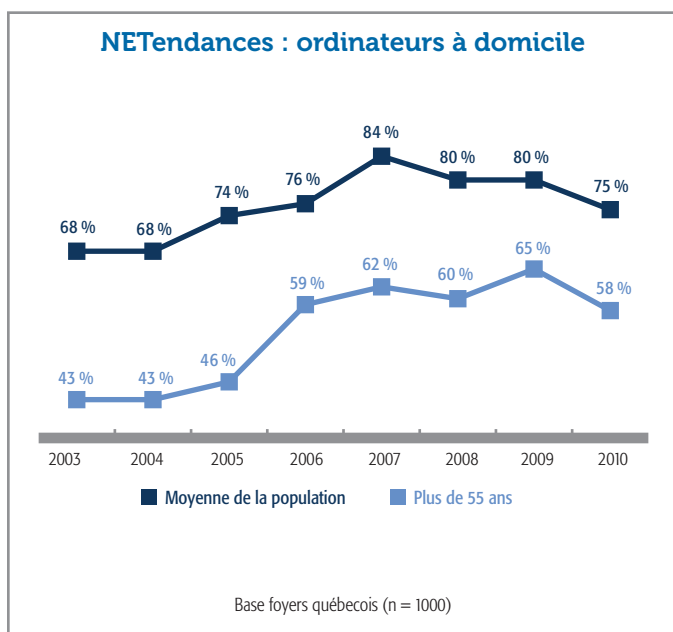
Des aînés globalement peu équipés

Les aînés québécois demeurent en retard en matière d'équipement informatique par rapport au reste de la population. En 2010, 58 % des adultes québécois de plus de 55 ans possédaient au moins un ordinateur à leur domicile, comparativement à 75 % de l'ensemble

de la population¹⁰. Ce retard est d'ailleurs plus marqué auprès des personnes de plus de 65 ans (47 %) comparativement aux plus jeunes aînés (70 %). Par ailleurs, le branchement à haute vitesse semble être devenu la norme puisque seulement 8 % des aînés sont connectés à la basse vitesse.

TYPE DE CONNEXION À INTERNET DES AÎNÉS INTERNAUTES*	
Connexion haute vitesse ou intermédiaire	89,7%
Connexion basse vitesse	8,1%
Je ne sais pas	2,2%

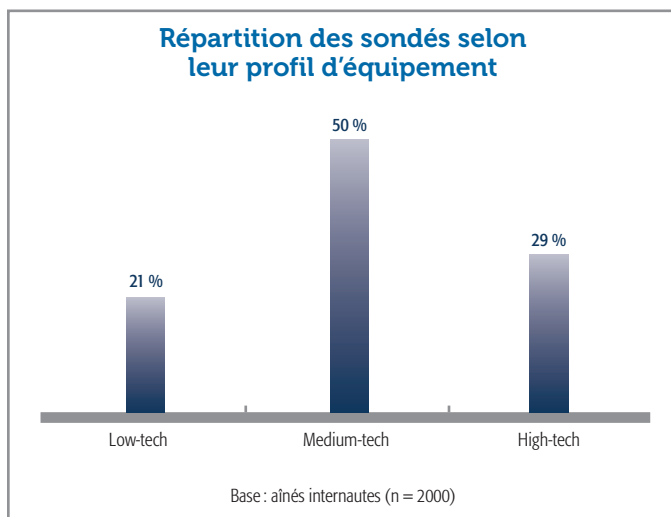
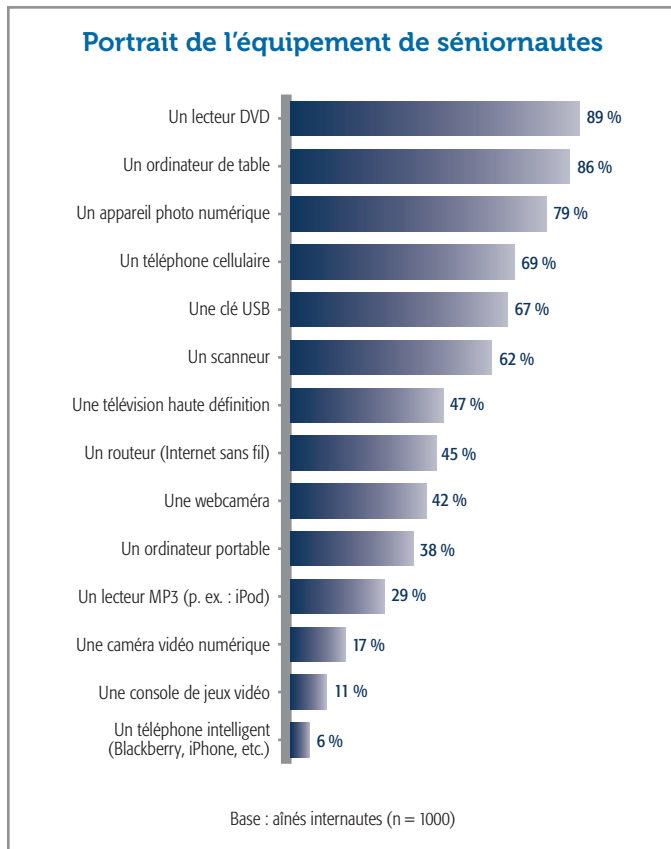
BRANCHEMENT EN HAUTE VITESSE DANS LES RÉGIONS	
RMR (Montréal)	89%
Québec	92%
Est-du-Québec	86%
Centre-du-Québec	91%
Ouest-du-Québec	92%



¹⁰ CEFRIO, *NETendances 2010*. Entre 2009 et 2010, le libellé de la question a été modifié de sorte qu'un biais a pu introduire une légère variation des résultats.

L'équipement des séniornautes

Les aînés présents sur Internet sont inégalement équipés. Certains séniornautes ont un équipement analogue à celui des jeunes adultes : plusieurs ordinateurs, lecteur Mp3, Webcam, téléphone intelligent, etc. D'autres, en revanche, ont uniquement un ordinateur de table qui leur permet de naviguer sur le Web.



Un portrait des séniornautes les moins équipés

Près d'un quart (21 %) des aînés internautes sont moins équipés : ces personnes détiennent moins de quatre pièces d'équipement parmi la liste proposée. Ils disposent d'un équipement de base, sans gadget numérique. Le plus souvent, ils possèdent un ordinateur de table (79 %) et un lecteur DVD (71 %), parfois un téléphone cellulaire (39 %) ou un appareil photo numérique (37 %).

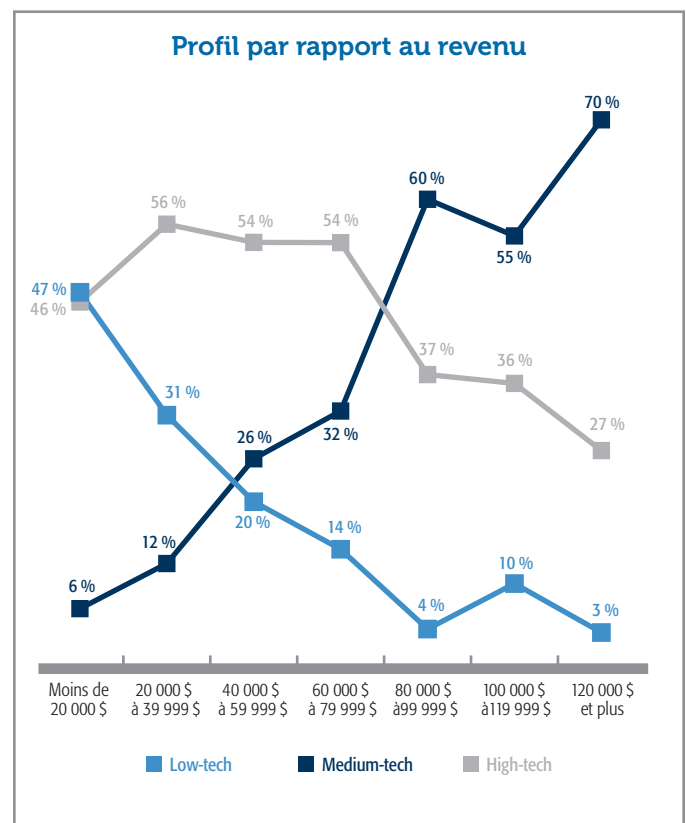
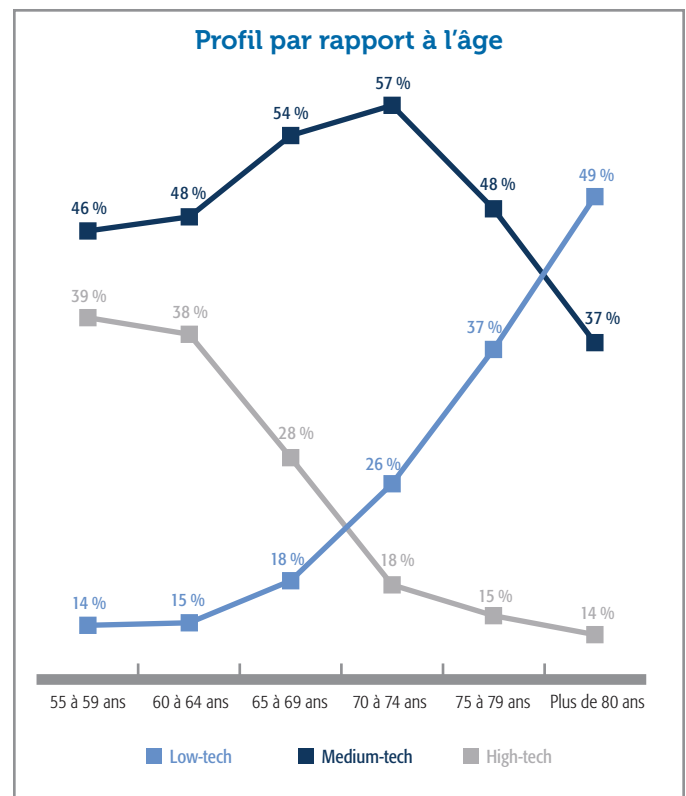
Alors que les moins équipés représentent 21 % de la population, les femmes sont 26 % à faire partie de ce groupe. Les personnes de plus de 70 ans y sont également surreprésentées (32 %), de même que celles disposant d'un revenu inférieur à 40 000 \$ (36 %), les personnes n'ayant pas complété d'études secondaires (30 %) et celles qui résident seules (36 %).

Un portrait des séniornautes suréquipés au Québec

Environ trois aînés internautes sur dix (29 %) peuvent être décrits comme « suréquipés » : ce sont ceux qui détiennent plus de neuf pièces d'équipement parmi la liste proposée. Leur équipement de base est composé d'un ordinateur de table (93 %) et d'un téléphone cellulaire (91 %), ainsi que de nombreux appareils numériques tels qu'un appareil photo numérique (99 %), une clé USB (96 %) ou un scanner (91 %). La plupart du temps, ils ont aussi un ordinateur portable (78 %), une Webcam (76 %) et un lecteur MP3 (61 %).

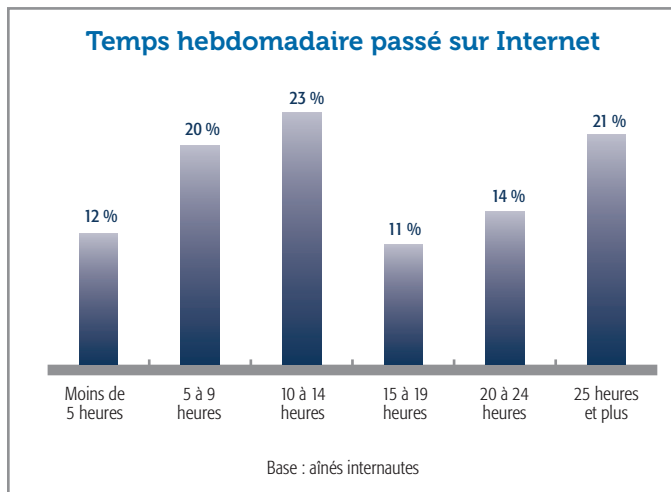
Les aînés internautes suréquipés sont de véritables adeptes des nouvelles technologies. À l'aise avec toutes les nouveautés, leurs taux d'équipement sont comparables à ceux des jeunes adultes. Alors que les suréquipés représentent 29 %, les hommes y sont surreprésentés (36 %), les personnes âgées entre 55 et 64 ans (38 %), de même que celles qui disposent d'un revenu supérieur à 60 000 \$ (54 %), celles qui vivent en couple (34 %) et celles qui ont complété des études universitaires (36 %).

	Low-tech %	Medium-tech %	High-tech %
Global	21	50	29
Sexe			
Homme	16	49	36
Femme	26	51	22
Âge			
55 à 59 ans	15	46	39
60 à 64 ans	15	47	38
65 à 69 ans	18	54	28
70 à 74 ans	26	56	18
75 à 79 ans	37	48	15
80 ans et plus	49	37	14
Revenu			
Moins de 20 000 \$	48	46	6
20 000 \$ à 39 999 \$	31	56	12
40 000 \$ à 59 999 \$	20	54	26
60 000 \$ à 79 999 \$	14	54	32
80 000 \$ à 99 999 \$	4	37	60
100 000 \$ à 119 999 \$	11	35	54
120 000 \$ et plus	3	27	70
Scolarité			
Secondaire ou moins	30	49	21
Collégial	22	52	27
Universitaire	15	50	36
Région			
Montréal (RMR)	22	48	30
Québec	21	54	24
Est-du-Québec	14	52	34
Centre-du-Québec	24	55	21
Ouest-du-Québec	26	49	15
Situation familiale			
Célibataire	36	51	13
En couple	16	50	34
Langue maternelle			
Français	24	50	26
Anglais	10	52	38
Autre	8	48	44



Les habitudes

Internet occupe une place importante pour certains aînés. Les séniornautes passent en moyenne 15,7 heures par semaine sur Internet, soit 2 heures et 15 minutes par jour. Cela représente un peu moins de 15 % de leur temps de vie diurne. À titre comparatif, les aînés canadiens passent en moyenne 20 heures par semaine devant leur poste de télévision. Par ailleurs, ils sont 83 % à utiliser Internet depuis plus de cinq ans.



Un portrait des utilisateurs intensifs

Les utilisateurs intensifs passent 20 heures et plus par semaine sur Internet, soit en moyenne près de 3 heures par jour. Ces utilisateurs intensifs représentent 34 % de la population d'aînés internautes québécois. On constate que ce sont davantage des personnes vivant seules (41 %), avec un faible niveau de scolarité (37 %), et des revenus inférieurs à 40 000 \$ (45 %). On observe par ailleurs des différences significatives d'intensité d'utilisation entre les séniornautes des deux principaux

« Grâce à ma femme, je n'ai le droit qu'à cinq heures par jour, sinon je serais sur Internet pour 24 heures par jour. »

« Moi, Internet, c'est mon divertissement, mais j'en ai d'autres aussi. Internet, ça meuble des heures. Même si c'est une vingtaine d'heures, il en reste d'autres dans la semaine. »

¹¹ CEFRIO, *NETendances 2010*.

¹² Groupes de discussion.

centres urbains du Québec. À Montréal, 36 % des aînés internautes font une utilisation intensive d'Internet, alors que la proportion est de 29 % à Québec.

Internet peut constituer un refuge pour certains aînés, qui y passent beaucoup de temps. On observe que les personnes qui se déclarent non satisfaites dans leurs relations personnelles passent plus de temps en moyenne (22 heures par semaine) que les personnes tout à fait satisfaites (15 heures par semaine).

Les activités des aînés sur Internet : le courriel comme point de départ

En 2010 au Québec, 47 % des personnes de plus de 55 ans utilisent le courriel, parmi les principaux moyens de communication que ce soit à titre personnel ou professionnel, comparativement à 60 % pour l'ensemble de la population ¹¹. Chez les aînés internautes, 98 % en font un usage régulier. Le courriel est, de loin, l'activité la plus pratiquée par les séniornautes et constitue un point central de leur « cybervie ». L'envoi et la réception de courriels est une activité aisée pour eux : ils sont 93 % à déclarer être à l'aise avec cette activité.

Le courriel, une nécessité sociale pour les aînés ¹²

Même s'ils mettent en avant la perte de lien réel que cela pourrait engendrer pour eux, les aînés reconnaissent unanimement l'intérêt du courriel. C'est l'une des principales motivations qui pourraient les amener à se convertir au numérique.

« Moi, j'ai des amis en Europe surtout. [...] Ils déplorent que je n'aie pas de courriel. [...] Pour moi, c'est devenu presque une priorité [...]. Mais, je me dis que, si je ne suis qu'en courriel, je ne leur parlerais plus au téléphone. »

« J'aimerais avoir une adresse courriel parce que, lorsque tu es en voyage dans un groupe, tout le monde dit : "Donne-moi ton adresse courriel, je vais t'envoyer les photos". Tu dis : "Je n'en ai pas". Tu es à peu près la seule à dire que tu n'en as pas. »

	Total* %	Régulier %	Occasionnel %
Envoyer et recevoir des courriels	99	98	2
Rechercher de l'information sur un sujet donné	99	82	16
Rechercher de l'information sur un site gouvernemental	88	23	65
Consulter un site gouvernemental	86	15	71
Lire les nouvelles	86	71	15
Chercher de l'information en vue d'un achat	85	35	49
Participer à des concours	81	42	39
Regarder ou télécharger des photos	78	28	50
Consulter vos comptes bancaires	74	62	12
Jouer à des jeux, seul ou en réseau	69	53	16
Faire des transactions bancaires	68	50	18
Communiquer avec l'administration publique	58	8	50
Effectuer des transactions sur des sites gouvernementaux	57	2	55
Faire un achat en ligne	57	4	53
Consulter/visiter un blogue	50	12	37
Visiter un wiki	48	14	34
Écouter ou télécharger de la musique	47	14	34
Visiter un site de réseautage social	43	22	21
Écouter la radio	41	14	26
Chatter/clavarder sur Internet	41	20	20
Regarder/écouter des émissions TV	37	10	27
Aller sur des forums de discussion	32	10	22
Faire des montages vidéo ou mettre des photos en ligne	32	8	24
Regarder ou télécharger des vidéos, des films	30	12	17
Téléphoner en ligne (exemple : Skype)	26	12	14
Participer à un site de réseautage social	26	10	16
Contribuer au blogue d'une autre personne	21	5	16
Lire des livres	14	4	10
Aller sur des sites de rencontres	11	5	7
Écrire sur un wiki	9	1	8
Écrire son blogue personnel	7	2	5

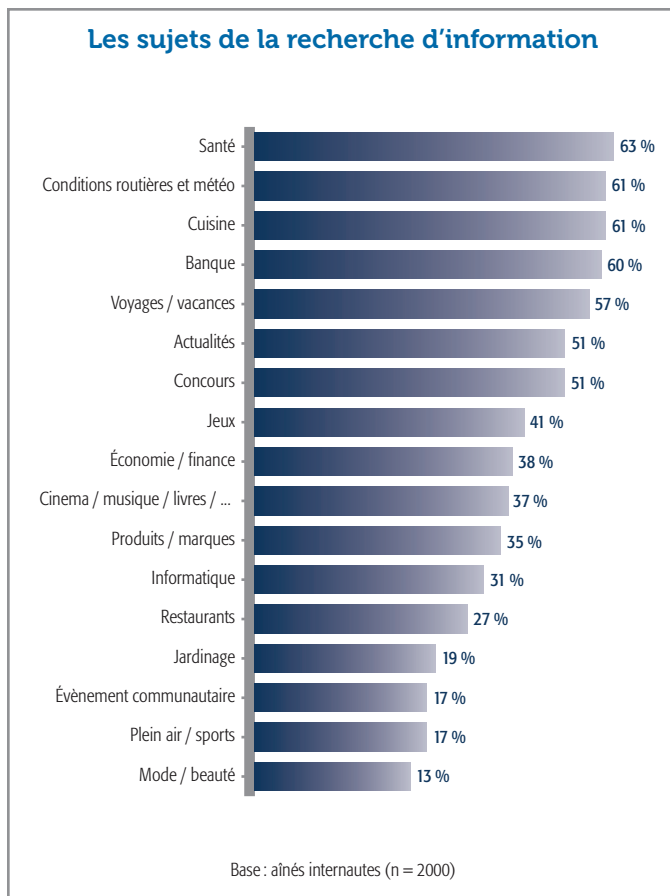
RÉGULIER : au moins une fois par semaine.

OCCASIONNEL : moins d'une fois par semaine.

* Le total est égal à la somme des «réguliers» et des «occasionnels». Les nombres arrondis peuvent causer des différences d'un point dans le total.

L'information et la recherche

La recherche d'information est l'activité la plus populaire après le courriel. Les aînés internautes ont été interrogés sur leurs sujets de recherche, pour lesquels ils apparaissent très éclectiques. La santé (63 %), les conditions routières et météorologiques (61 %), la cuisine (61 %), la banque (60 %) et les voyages (57 %) sont les sujets de recherche préférés des aînés sur Internet. Viennent ensuite les actualités (51 %), les concours (51 %) les jeux (41 %) ou encore l'économie et la finance (38 %).



Internet, une nouvelle source d'information pour les aînés internautes

Selon NETendances, au Québec en 2010, seuls 5 % des aînés québécois utilisaient Internet comme principale source d'information, comparativement à 15 % de l'ensemble de la population. Les médias traditionnels demeurent fortement ancrés dans les habitudes des aînés. Les séniornauts, pour leur part, ont des habitudes différentes par rapport à l'information. Certes, la télévision demeure une source d'information prépondérante : 37 % des aînés internautes déclarent utiliser la télévision comme principale source d'information. En revanche, Internet est le média préféré pour 21 % d'entre eux. Les aînés présents sur la Toile utilisent également davantage les journaux imprimés pour s'informer que l'ensemble des aînés du Québec (37 %).

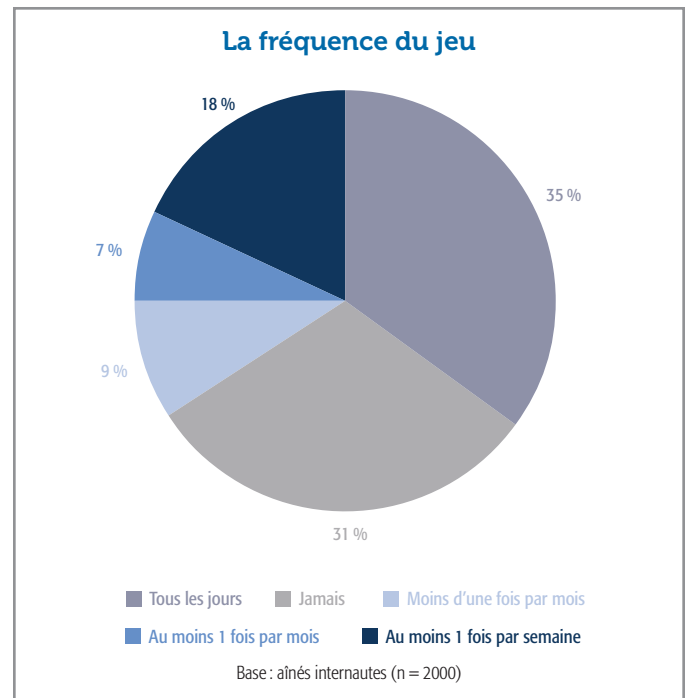
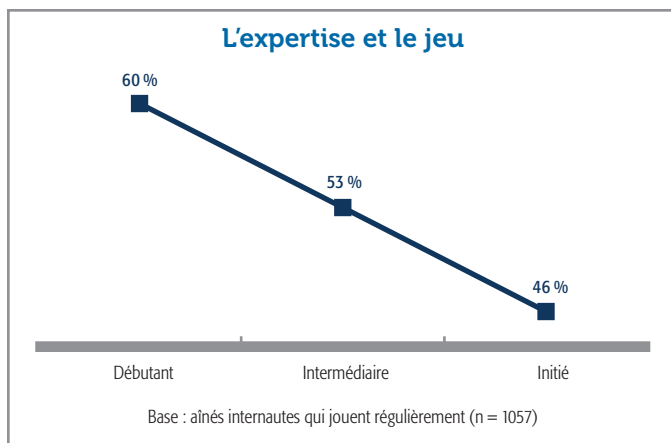


Le jeu en ligne

Les séniornautes sont 81 % à participer à des concours et 69 % à jouer à des jeux en ligne, seuls ou en réseau. Le jeu en ligne est la seule activité qui n'augmente pas avec l'expertise. Alors que 60 % des débutants jouent en ligne, 53 % des intermédiaires et 46 % des initiés le font. Le jeu est donc un moyen privilégié d'appropriation d'Internet. Les jeux et les concours permettent aux aînés d'évoluer dans un environnement technologique ludique et rassurant. Il s'agirait donc d'une piste prometteuse pour promouvoir l'utilisation d'Internet par les aînés débutants.

Les plus grands joueurs en ligne sont des femmes (75 %), des personnes vivant seules (72 %), des personnes âgées de plus de 65 ans, dont le revenu est inférieur à 40 000 \$ et qui n'ont pas suivi une scolarité au-delà du secondaire.

La participation à des concours est également une activité plus prisée par les femmes (84 %), par les personnes dont le revenu est inférieur à 40 000 \$ et qui n'ont pas été scolarisées après le secondaire. À l'inverse du jeu, cependant, ce sont davantage les moins de 70 ans qui participent à des concours.



Le divertissement en ligne

Les séniornautes québécois utilisent toutes les ressources disponibles sur Internet. Ils font preuve d'une grande curiosité et d'un vif intérêt à l'égard des formes nouvelles de divertissement en ligne. YouTube, Wikipedia et Picasa sont quelques-uns des outils en ligne que beaucoup d'aînés connaissent et utilisent. Au Québec, 78 % des séniornautes regardent ou téléchargent des photos, 48 % visitent des wiki, 47 % écoutent ou téléchargent de la musique en ligne, 41 % écoutent la radio. Ils sont également 37 % à regarder des émissions de télévision en ligne, 30 % à regarder ou télécharger des films et 14 % à lire des livres. Toutefois, ces activités sont irrégulières pour la plupart des séniornautes.

La banque en ligne

En 2010, 57 % des internautes québécois interrogés avaient réalisé des opérations bancaires en ligne au cours du dernier mois¹³. Les aînés présents sur Internet sont eux aussi de véritables adeptes de cette activité selon l'enquête Génération A. Ainsi, 74 % des aînés internautes consultent leur compte bancaire sur Internet et 68 % y font des transactions. Par ailleurs, un aîné internaute sur quatre consulte ses comptes bancaires tous les jours sur Internet (25 %).

¹³ CEFRIQ, *NETendances 2010*.

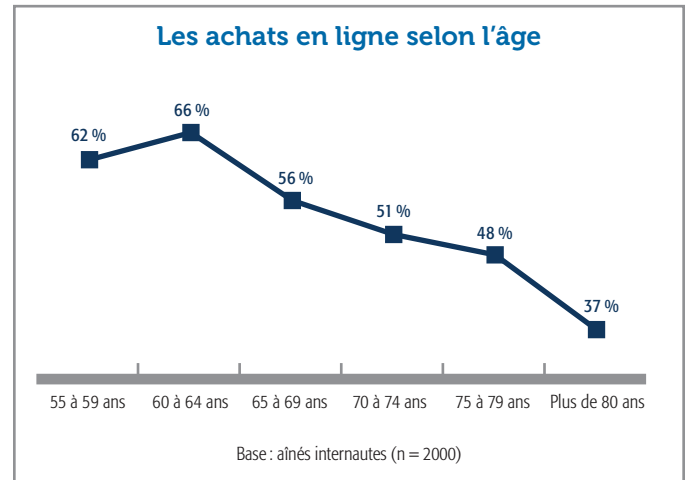
Les hommes utilisent davantage les services bancaires en ligne que les femmes. Globalement, on constate que l'utilisation des outils de banque en ligne s'accroît en fonction du revenu et du niveau de scolarité. En revanche, il décroît avec l'âge. Les personnes âgées de moins de 65 ans, celles disposant d'un revenu annuel supérieur à 60 000 \$ et ayant complété des études collégiales ou universitaires sont finalement les plus grands utilisateurs des services de banque en ligne.

Les achats en ligne

Au Québec en 2010, 17 % des cyberacheteurs ont plus de 55 ans. Ils ont effectué des achats sur Internet pour des dépenses totales qui s'élèvent approximativement à 780 millions de dollars¹⁴. Si les personnes de plus de 55 ans sont proportionnellement celles qui achètent le moins sur Internet (11 %), le montant de leur panier d'achat mensuel moyen (313 \$) est comparable à celui qui est observé pour l'ensemble des cyberacheteurs (295 \$).

Les séniornauts sont 57 % à effectuer des achats en ligne : 20 % le font chaque mois et 37 % de façon occasionnelle au cours d'une année. La recherche d'information en ligne, en vue d'un achat, est souvent, pour les aînés, une première approche avec le commerce électronique : 85 % des aînés internautes le font.

Les aînés cyberacheteurs sont généralement des hommes (66 %), des personnes âgées de moins de 65 ans (69 %), ayant des revenus supérieurs à 60 000 \$ (68 %) et ayant complété des études universitaires (67 %). L'âge et le revenu sont très corrélés avec cette activité.



Les billets d'événements ou d'activités de divertissement (50 %), les voyages (49 %), les livres (48 %) et le matériel informatique (42 %) sont les produits les plus populaires auprès des acheteurs en ligne. Ils achètent également des appareils électroniques tels que des lecteurs Mp3 (30 %), des produits de prêt-à-porter (28 %) et de la musique ou des films (24 %).

Des aînés inquiets de la sécurité de leurs achats

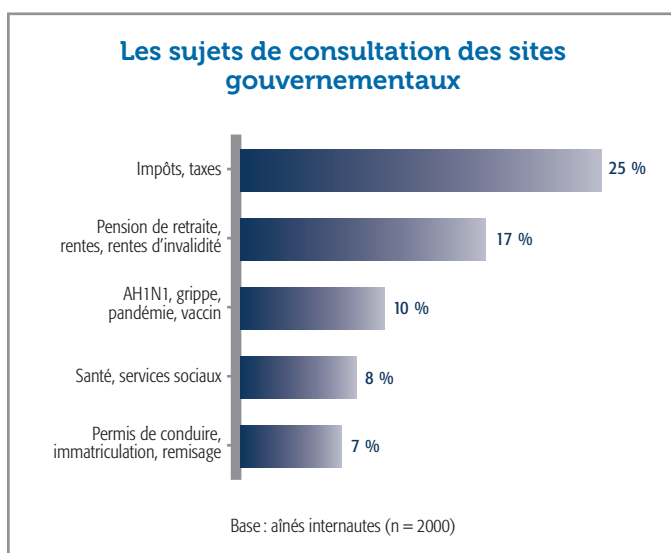
Les aînés internautes sont préoccupés par la sécurité de leurs achats en ligne. Ainsi, 41 % croient que les achats en ligne ne sont pas sécuritaires et 51 % se disent inquiets pour la sécurité des paiements en ligne. Par ailleurs, seuls 28 % des personnes qui jugent les achats en ligne non sécuritaires le font malgré tout. À l'inverse, 88 % des personnes qui jugent qu'il est sécuritaire d'acheter en ligne le font. Les préoccupations proviennent donc essentiellement des personnes qui n'achètent pas en ligne.

¹⁴ CEFRIQ, *Indice du commerce électronique 2010*.

Les services publics en ligne

Internet permet aux séniornautes les plus initiés de maintenir leur lien avec l'administration publique. Soucieux de leurs droits, les aînés québécois présents sur la Toile font une grande utilisation des différents services en ligne proposés par l'administration. Les séniornautes recherchent de l'information (88%), communiquent (58%) et même transigent par le biais des sites gouvernementaux (57%).

Lors de la dernière année, 75% des aînés internautes ont consulté un ou plusieurs sites du gouvernement du Québec. Les impôts (25%), la retraite (17%) et la grippe A (10%) sont les trois sujets principaux pour lesquels les séniornautes ont fait appel aux ressources en ligne du gouvernement du Québec. Les sites de Revenu Québec (24%), de la Régie des rentes du Québec (RRQ) (16%), du ministère de la Santé et des Services sociaux (10%) et de la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) (8%) ont été les plus consultés par les séniornautes.



Les plus grands utilisateurs des services gouvernementaux en ligne sont principalement les hommes, les personnes âgées de moins de 65 ans, celles disposant d'un revenu annuel supérieur à 40 000 \$ et ayant complété une scolarité au-delà du secondaire.

La consultation des sites gouvernementaux présente des différences peu marquées entre les groupes de la population d'aînés internautes. Cette activité peu engageante semble moins freiner les personnes peu à l'aise avec la technologie. En revanche, les transactions avec le gouvernement en ligne montrent d'importants écarts entre les séniornautes. Des tendances fortes se distinguent par rapport à l'âge, le revenu et le niveau de scolarité. Effectuer des transactions en ligne avec le gouvernement constitue une étape à franchir par rapport à la simple consultation des sites.

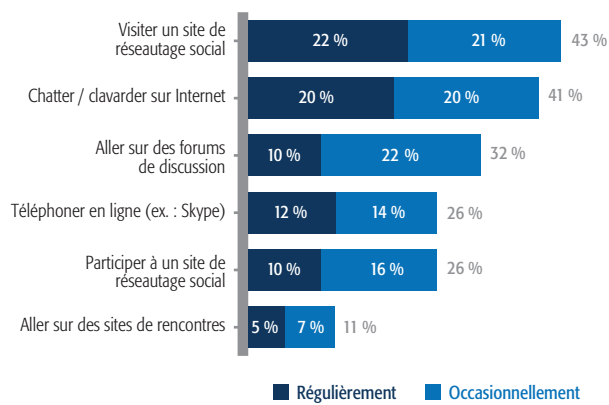
Les activités sociales sur Internet

Pour les aînés, Internet constitue un excellent moyen d'entretenir leurs relations sociales. Souvent à la retraite, ils vivent parfois en région, éloignés de leurs enfants ou petits-enfants. Le téléphone en ligne, le clavardage ou les sites de réseautage social deviennent dès lors une façon de garder le lien avec eux.

Parmi les séniornautes interrogés, 43% fréquentent des sites de réseautage social, 41% clavardent sur Internet, 32% vont sur des forums de discussion, 26% téléphonent en ligne par le biais d'outils tels que Skype et 11% fréquentent même des sites de rencontres. Cependant, la plupart des aînés pratiquent ces activités de manière occasionnelle (moins d'une fois par semaine).

« Je suis retraité moi aussi. Je vis en couple. J'ai deux enfants, dont un demeure au Lac Saint-Jean. Il est chirurgien là-bas. Ça fait que ça me permet, surtout Internet, de communiquer justement avec mes petits-enfants. J'ai une Webcam, puis je communique avec eux autres deux ou trois fois par semaine. »

Les aînés et leur activités sociales sur Internet



Base : aînés internautes (n = 2000)

Les aînés et les réseaux sociaux

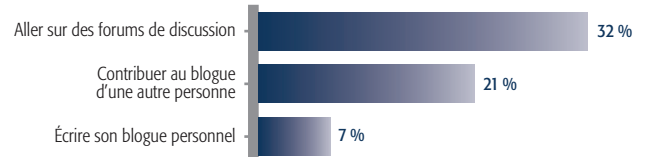
Les aînés présents sur la Toile n'échappent pas à la mode des réseaux sociaux, comme Facebook ou Twitter. Les plus jeunes aînés y sont proportionnellement plus nombreux : 34 % des 55-59 ans participent à des réseaux sociaux, alors que seulement 12 % des 75-79 ans le font. Toutefois, les aînés manifestent de vives réserves à leur égard. Les groupes de discussion menés dans le projet Génération A font ressortir cette méfiance et ce regard critique.

L'expression sur Internet

Le Web permet à certains aînés de maintenir leur contribution à la société. Ils peuvent ainsi échanger des idées et débattre sur des forums de discussion, réagir à des événements d'actualité dans des blogues ou sur les sites des journaux de presse. Lieu d'expression anonyme et confortable, Internet constitue une belle tribune pour beaucoup d'aînés soucieux de transmettre leur expérience ou de simplement partager leurs opinions.

Parmi les séniornauts interrogés, 32 % se rendent sur des forums de discussion, 10 % le font d'ailleurs chaque semaine. Un séniornaute sur cinq (21 %) contribue au blogue d'une autre personne en y laissant des commentaires, la plupart de façon occasionnelle (16 %). Enfin, 7 % déclarent écrire sur un blogue personnel, mais à peine 2 % le font de façon régulière, ce qui constitue l'activité la moins réalisée par les aînés internautes.

L'expression des séniornauts



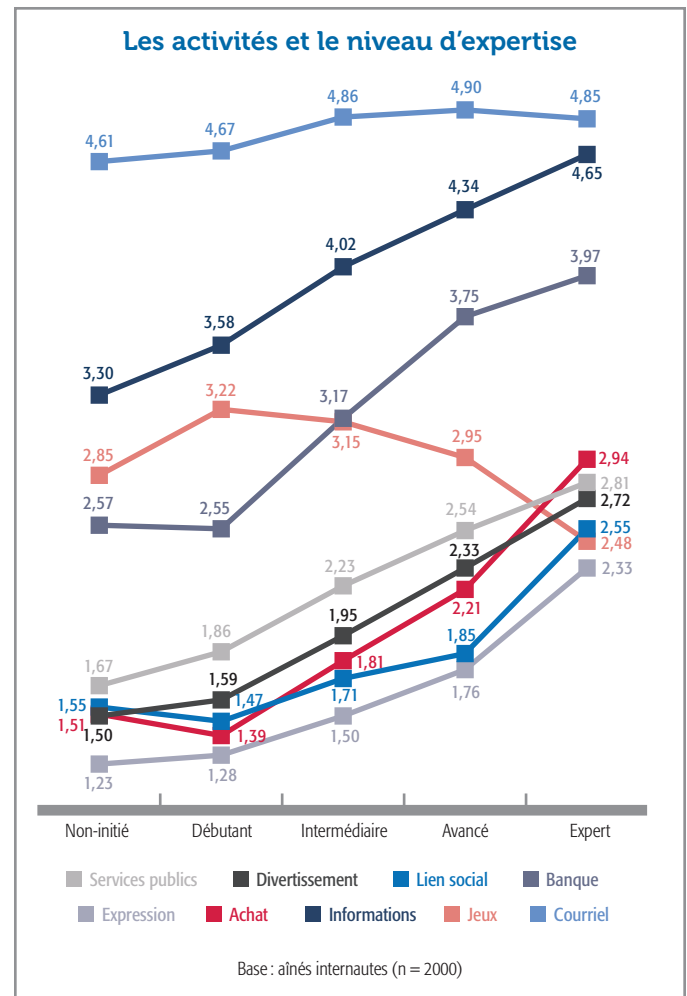
Base : aînés internautes (n = 2000)

«Je me suis inscrit, un petit peu comme beaucoup de monde, mais j'ai constaté après que c'était du blabla puis du potinage. Quelle erreur j'ai faite!». «Il faut faire preuve de beaucoup de discernement. [...] Quand j'apprends que Facebook est propriétaire du contenu de tout ce que je mets dessus, je n'ai jamais mis aucune de mes toiles. [...] J'ai toujours été superprudent, puis je ne fais rien d'autre que l'essentiel où je ne suis pas vulnérable.»

Le lien entre les activités et le niveau d'expertise

Au fil de leur apprentissage, les aînés internautes évoluent. Ils s'approprient peu à peu la technologie et leur comportement change. Ils passent de plus en plus de temps sur le Web et y réalisent des activités qui exigent désormais une plus grande maîtrise. Alors que le courriel, la recherche d'information ou le jeu en ligne sont des activités qu'ils pratiquent dès le départ, faire des achats en ligne ou s'exprimer sur la Toile arrive souvent plus tard au cours de leur « cybervie ».

Le jeu en ligne est la seule activité qui décroît avec l'expertise. Les séniornauts semblent peu à peu délaisser le jeu en ligne, au début simple et sécurisant, pour découvrir les possibilités du Web et s'orienter vers des activités plus diversifiées et complexes. La compréhension graduelle de l'environnement Web leur permet de développer des trucs, de se sécuriser et de progresser vers d'autres activités, au départ jugées trop complexes ou trop risquées, comme l'achat en ligne. Le jeu serait donc une porte d'entrée intéressante à proposer aux aînés qui désirent amorcer une démarche d'appropriation des TIC.



« Ils ont dit : "Maman, à un moment donné, tu vas vieillir. Peut-être que tu seras moins capable de te véhiculer, puis tu auras quelque chose d'intéressant. Tu aimes ça faire de la recherche, tu aimes ça faire toutes sortes de choses". Là, je suis partie à jouer au bridge là-dessus. Tu joues avec la Suisse, tu joues partout, c'est le fun. Puis, finalement, j'adore ça. J'aime vraiment ça. Mais c'est surtout que, quand tu vas sur Google, en fait, tu cherches un paquet d'affaires, un paquet d'information dont tu as besoin. Tes petits-enfants viennent à la maison, je suis aussi enfant qu'eux autres, donc devinez... C'est ça, en fait. C'est bien. »

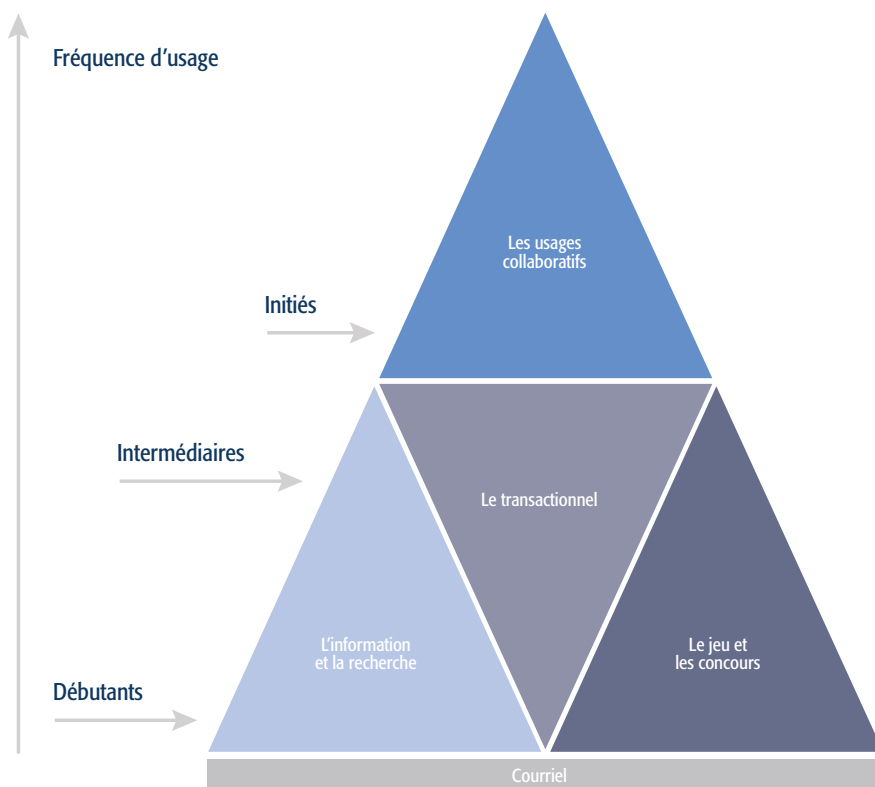
« Moi, les achats en ligne, de la manière que je les fais, au début, j'ai pris une deuxième carte. J'ai une carte de crédit spéciale pour faire mes achats en ligne. Cette carte de crédit, elle a une limite de 1000 \$, donc je sais que je ne peux pas me faire jouer de plus que 1000 \$, mais j'ai appris avec le temps que les compagnies de cartes de crédit te remboursent lorsque tu as des choses. »

Synthèse du portrait des aînés internautes

La recherche visant à tracer un portrait des séniornautes a été synthétisée dans une figure qui montre, d'une part, les usages d'Internet que font les aînés et, d'autre part, les aînés qui les font selon leur niveau d'expertise.

Les activités ou les groupes d'activités ont été représentés graphiquement dans une forme pyramidale. Ils apparaissent de bas en haut, dépendamment de leur fréquence d'usage et de leur importance pour les aînés internautes. Plus ils sont élevés dans la pyramide, plus les activités sont réalisées par une petite partie de la population des séniornautes. Les activités transactionnelles incluent notamment les achats en ligne, les services publics en ligne et la banque en ligne. Les usages collaboratifs, quant à eux, incluent l'expression, les réseaux sociaux, le divertissement culturel et la communication interactive.

Les aînés sont segmentés selon leur expérience d'Internet. Les séniornautes initiés passent en moyenne 20 heures par semaine sur Internet. Ce sont majoritairement des hommes, de plus jeunes aînés (61 % ont moins de 64 ans), ayant plus souvent un diplôme universitaire (51 % de ce groupe détiennent un diplôme universitaire), et les tranches de revenu supérieures à 80 000 \$ par an sont surreprésentées dans ce groupe. Ce sont ceux qui font l'usage d'Internet le plus complexe. Les aînés débutants, pour leur part, passent en moyenne 13 heures par semaine sur Internet. Les tranches de revenus supérieures à 80 000 \$ par année y sont sous-représentées. Quant à leurs usages, ils demeurent plutôt de base et consistent principalement au courriel, aux usages informationnels et aux jeux et concours.



Motivations à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec

La présente section examine plus spécifiquement les motivations et les freins à l'utilisation d'Internet par les aînés. L'analyse permet de comprendre quelques-uns des principaux déterminants à l'usage des TIC par les aînés internautes et non-internautes. Les groupes de discussion et l'enquête montrent que les aînés ont des motivations principalement ludiques dans leur utilisation d'Internet alors que la sécurité et les coûts, notamment, constituent des freins à l'usage des TIC.

Des aînés très intéressés par les nouvelles technologies

Les aînés internautes manifestent un vif intérêt pour les nouvelles technologies. Ils sont 87 % à se dire « assez intéressés » ou « très intéressés » par les TIC. Les hommes (90 %) et les personnes qui ont terminé des études universitaires (89 %) semblent particulièrement attirés vers les technologies de l'information et de la communication et ont d'ailleurs le profil des plus grands utilisateurs d'Internet. De plus, 71 % soulignent qu'Internet est adapté à leurs besoins et 79 % que c'est un outil qui leur convient tout à fait.

« Moi, disons que ça a été un besoin parce que, lorsque les ordinateurs sont entrés dans les écoles, j'étais avec les élèves, cela fait que je me suis occupé avec eux autres, puis j'ai développé le sens de dire que je vais les initier, ensuite je vais m'initier moi aussi, je vais prendre plus d'expérience. Ça a été comme ça que j'ai parti les programmes avec les enfants à un moment donné puis, aujourd'hui, je travaille beaucoup sur l'ordinateur. Des recherches... Je communique beaucoup avec des gens de la Chine surtout, des amis que j'ai rencontrés sur Internet, qui sont venus au Canada et qui sont retournés en Chine, puis on est toujours en relation ensemble. »

Des motivations qui évoluent avec le temps

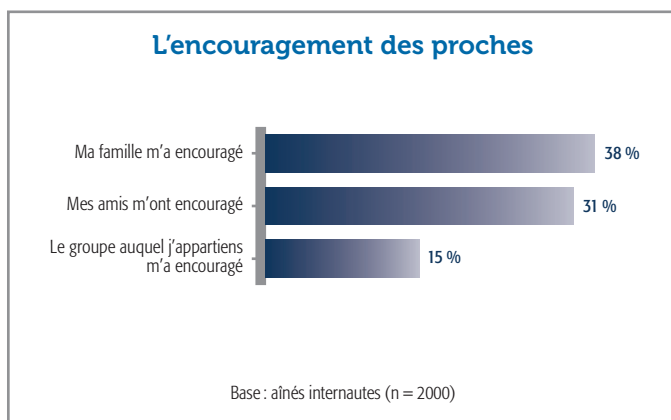
On constate toutefois que les motivations évoluent dans le temps chez les aînés internautes. Les séniornauts semblent prendre goût à l'informatique et à Internet une fois qu'ils y ont été initiés. Ils sont désormais 91 % à utiliser un ordinateur par intérêt personnel, alors qu'au départ cette proportion était de 75 %. Au fur et à mesure que leur apprentissage avance, ils apprécient de plus en plus le côté divertissant (74 %) et pratique (46 %) de l'ordinateur. En revanche, ils sont moins nombreux à l'utiliser pour le travail (35 %) ou pour suivre des cours ou avoir de la formation (11 %).

MOTIVATIONS		
	Au départ %	Aujourd'hui %
Intérêt personnel	75	91
Divertissement	50	74
Travail	44	35
Côté pratique	27	46
Travaux à effectuer dans le cadre de cours ou de formation	18	11
Accès à Internet	1	5
Mes enfants m'y ont initié	13	

L'importance des proches pour certains aînés

La famille immédiate a souvent une grande influence sur les aînés dans leur décision d'utiliser ou non un ordinateur. Ainsi, 13 % des séniornautes déclarent que ce sont leurs enfants qui les ont encouragés à le faire et, parfois, les ont même initiés. On constate que certains aînés sont plus sensibles que d'autres à une telle influence et ont certainement besoin de plus d'accompagnement de la part de leurs proches. Les femmes (17 %), les personnes peu scolarisées (17 %), les aînés de plus de 75 ans (23 %) et ceux qui vivent à l'extérieur de la région métropolitaine de Montréal (15 %) sont ceux qui ont été le plus souvent initiés par leurs enfants.

Enfin, près de quatre séniornautes sur dix (38 %) ont été soutenus par leur famille lors de leur apprentissage de l'ordinateur. Les amis occupent aussi une place importante dans le soutien et l'encouragement offerts à certains aînés (31 %), tout comme les différents groupes auxquels ils appartiennent (15 %).



«Moi, je pensais que je ne serais jamais capable d'apprendre ça. C'était du chinois, pour moi. Mon fils disait : "Maman, tu vas être capable". Là, j'ai dit : "Je vais y aller, je vais suivre les cours, je vais voir. Si ça ne marche pas, je débarquerai".»

«Un ami me conseille, mais [...] je veux toujours savoir pourquoi on choisit ça [...]. J'essaie toujours, moi aussi, de m'adapter, de comprendre exactement [...] les besoins [...], pourquoi il me fait choisir ce système-là.»

Pourquoi utiliser Internet ?

Internet est devenu un passe-temps important dans la vie des aînés internautes, qui ne pourraient désormais plus s'en passer. Ils l'utilisent comme moyen d'évasion pour se distraire et se détendre (70 %), mais aussi pour découvrir de nouveaux horizons et s'ouvrir au monde (54 %).

Curieux et alertes, les aînés qui naviguent sur Internet veulent s'informer et se tenir au courant de l'actualité (66 %). Ils sont soucieux de rester «de leur temps» (42 %) et de ne pas se laisser dépasser par un monde qui évoluerait sans eux.

Les séniornautes utilisent beaucoup le Web pour améliorer leur vie sociale ou pour s'adapter aux moyens de communication modernes. Ils s'en servent pour garder le contact avec leurs proches (64 %) et, parfois, pour réduire leur isolement (27 %). Enfin, certains d'entre eux naviguent sur Internet pour maintenir leur participation sociale (22 %), en partageant avec d'autres leurs idées ou leurs connaissances (29 %), par exemple.

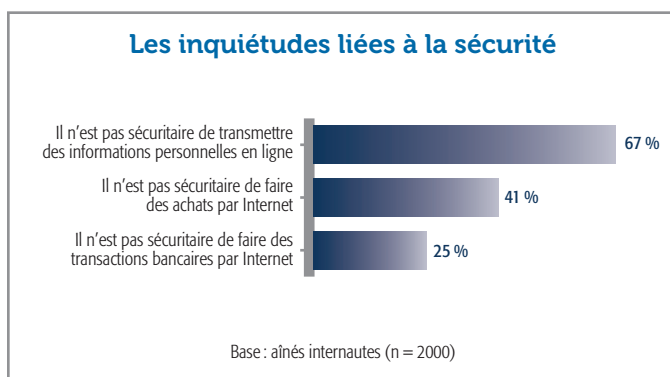
Freins à l'utilisation d'Internet par les aînés du Québec

Beaucoup d'aînés sont freinés dans leur enthousiasme par un ensemble de facteurs psychologiques, notamment des inquiétudes liées à leur sécurité, une certaine résistance au changement et un manque d'habileté sur le plan technologique.

De nombreuses préoccupations

Les aînés sont souvent des internautes soucieux et préoccupés par les questions de sécurité. Leur manque d'habileté semble renforcer leurs appréhensions. Pour beaucoup d'entre eux, la principale crainte a trait à la protection de leurs renseignements personnels (67%). Les aînés décrivent souvent les transactions en ligne comme «peu sécuritaires», que ce soit pour faire des achats en ligne (41%) ou pour effectuer des transactions bancaires (25%).

Les femmes, les aînés internautes les plus âgés et les moins scolarisés sont ceux qui expriment le plus d'inquiétudes à l'égard de leur sécurité en ligne. Ce sont également les personnes les moins familières avec la technologie et celles qui sont arrivées récemment sur le Web. Les préoccupations des aînés liées à la sécurité semblent évoluer avec l'apprentissage : plus ils acquièrent de l'expérience, moins ils sont inquiets.

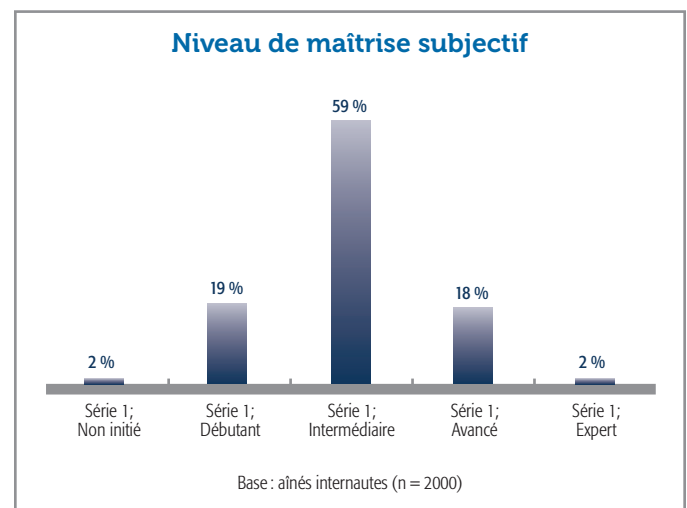


«Moi, ce que je déplore, c'est qu'Internet aussi a de mauvais côtés pour toutes sortes de cochonneries qui peuvent passer là-dessus. Quelqu'un peut s'en servir pour se moquer de quelqu'un d'autre, quelqu'un peut prendre l'identité d'un autre...»

«C'est peut-être notre âge qui nous fait prendre cette position-là. On a tous du vécu, du vécu de différentes façons dans différents domaines, puis on sait qu'on peut se faire organiser, alors on est plus prudents que les jeunes qui n'ont pas d'expérience dans ce sens-là.»

Aptitudes

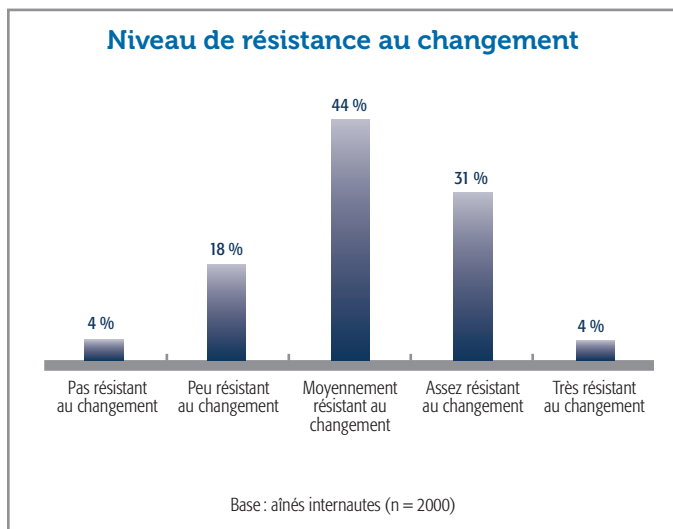
Le niveau de maîtrise et de connaissance de la technologie et d'Internet constitue un élément déterminant dans l'usage des technologies et dans les différentes activités réalisées sur la Toile. On observe que le niveau de maîtrise est très hétérogène chez les aînés internautes, mais que la plupart (79%) ont un niveau intermédiaire, avancé ou expert, c'est-à-dire qu'ils sont susceptibles de réaliser la plupart des activités de base du Web. Seuls 21% des séniornauts interrogés considèrent qu'ils sont non initiés ou débutants face aux nouvelles technologies.



Résistance au changement

Certains aînés internautes expriment des réticences à l'égard du changement. Un peu plus d'un tiers (35 %) des aînés sont très ou assez résistants au changement. Plus d'un sur quatre (26 %) n'aime pas essayer de nouvelles technologies et 32 % ne sont pas à l'aise pour en essayer de nouvelles. La moitié (49 %) des séniornauts préfèrent utiliser des technologies avec lesquelles ils sont déjà familiers.

Les séniornauts peu résistants au changement sont plus souvent de jeunes aînés (61 % ont entre 55 et 64 ans) ayant un diplôme universitaire (47 % du groupe des peu ou pas résistants détiennent un diplôme universitaire). Les tranches de revenus les plus élevées sont largement surreprésentées dans ce groupe, et la moyenne d'heures passées sur Internet est de 19 heures par semaine, contre 15 heures pour les plus résistants. Les séniornauts les plus résistants au changement sont plus souvent des femmes (58 %), et les niveaux de scolarité primaire ou secondaire sont surreprésentés dans ce groupe.



«Je trouve que les compagnies créent des besoins de plus en plus inaccessibles. Moi, j'ai commencé avec Windows 95, c'était vraiment à l'époque le top du top. Après, il fallait Windows 98. Après, il fallait Windows 2000. Après, si vous n'avez pas Windows XP, vous n'existez pas. Maintenant, c'est déjà une antiquité.»

Les coûts

L'aspect économique constitue un frein important pour les aînés. Ce constat a été fait lors des groupes de discussion. Plusieurs participants aux groupes de discussion, qu'ils soient initiés ou non à Internet, ont mis en lumière les coûts importants engendrés par l'acquisition de matériel informatique et les frais récurrents nécessaires pour maintenir son équipement à jour et avoir accès à un branchement Internet.

«Où est-ce qu'il est l'ordinateur à 100\$ qu'ils devaient faire pour les pays sous-développés? Tu le donnes aux gens, puis c'est tout. Ça, c'est une autre affaire le facteur économique. Ce n'est pas rien. C'est 30, 50, 60\$ par mois, se brancher. Je regrette, ce n'est pas rien pour des gens d'un certain âge. C'est très significatif.»

«Moi, il y a une chose que je veux ajouter. C'est qu'au départ il y a une somme à investir, mais si je regarde mes amis qui l'ont fait il y a quelques années, comme quelqu'un dit, ils ont changé trois fois. Alors, ça, on sait quand on commence, mais on ne saura pas quand on finit¹⁵.»

¹⁵ Propos tenus lors des groupes de discussion.

Les besoins en accompagnement et l'utilisabilité

La dernière section de l'analyse s'attache plus spécifiquement aux besoins en accompagnement des aînés et à l'utilisabilité des sites Web. L'accompagnement et l'utilisabilité sont des sujets importants dans la mesure où le but de l'étude est de promouvoir l'usage des TIC par les aînés. Les types de formation à privilégier pour la clientèle visée doivent donc être à l'ordre du jour, de même qu'un réexamen de l'utilisabilité des sites Web, en lien avec les besoins et spécificités des aînés.

Différentes formes d'accompagnement

L'enquête a permis de circonscrire quatre types d'accompagnement, de même que les clientèles qui les préfèrent. Les quatre types d'accompagnement sont les suivants :

- L'autoformation : forme d'apprentissage active qui fait appel à des initiatives et exige des efforts personnels, sans encadrement, dans le but d'améliorer sa connaissance et sa maîtrise des outils technologiques.
- Les cours : accompagnement sous forme d'apprentissage par des exposés oraux présentés par un professeur ou par une personne experte.
- Le dépannage : accompagnement ponctuel sollicité en cas de problème ou d'incapacité à effectuer une tâche.
- Le *coaching* : accompagnement suivi et régulier assuré par une personne de confiance ou par un proche.

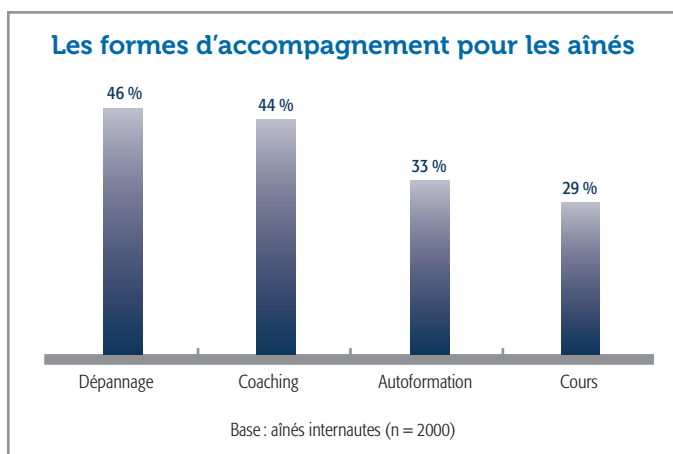
Le dépannage est la forme d'aide qui est jugée la plus essentielle par 46 % des séniornauts sondés. Ces derniers souhaitent pouvoir trouver de l'assistance en tout temps en cas de besoin, que ce soit au téléphone ou en ligne. Souvent confrontés à des difficultés imprévues, ils peuvent ainsi continuer de naviguer sur Internet sans interruption prolongée. Les aînés internautes débutants préfèrent le dépannage téléphonique (45 %) au dépannage en ligne (38 %). À l'inverse, les personnes déjà fortement initiées préfèrent trouver de l'aide en ligne (49 %) plutôt qu'au téléphone (41 %).

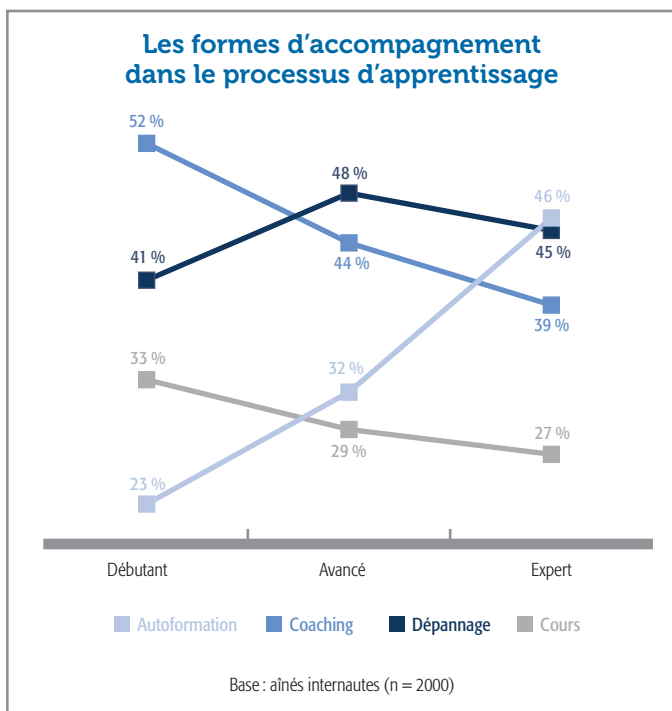
Le *coaching* arrive juste après le dépannage dans le choix des séniornauts (44 %) qui semblent aussi préférer un accompagnement suivi et personnalisé assuré par un proche aux autres formes classiques d'accompagnement que sont les cours ou les séances d'autoformation.

On observe en effet que l'autoformation (33 %) et les cours (29 %) attirent peu les aînés internautes. L'accompagnement sous forme de cours de groupe est d'ailleurs jugé nécessaire par seulement 25 % des séniornauts, et 38 % d'entre eux le jugent même inutile.

L'évolution des besoins en accompagnement au fur et à mesure de l'apprentissage

Les formes d'accompagnement souhaitées par les séniornauts évoluent selon le niveau d'expertise des aînés interrogés. Ainsi, l'autoformation, qui n'a pas du tout la cote auprès des débutants, est la forme d'accompagnement préférée par les initiés. À l'inverse, le *coaching*, qui est préféré par les débutants, arrive en troisième place chez les initiés. Le dépannage est la seule forme d'accompagnement qui semble être jugée essentielle par tous. L'accompagnement doit donc prendre des formes différentes selon le niveau d'expertise, mais on devrait veiller à offrir des services de dépannage en tout temps.





à se familiariser avec les activités de base que sont le courriel, le jeu en ligne et la recherche d'information. Cette étape doit permettre à l'aîné de devenir autonome face aux fonctions élémentaires d'Internet.

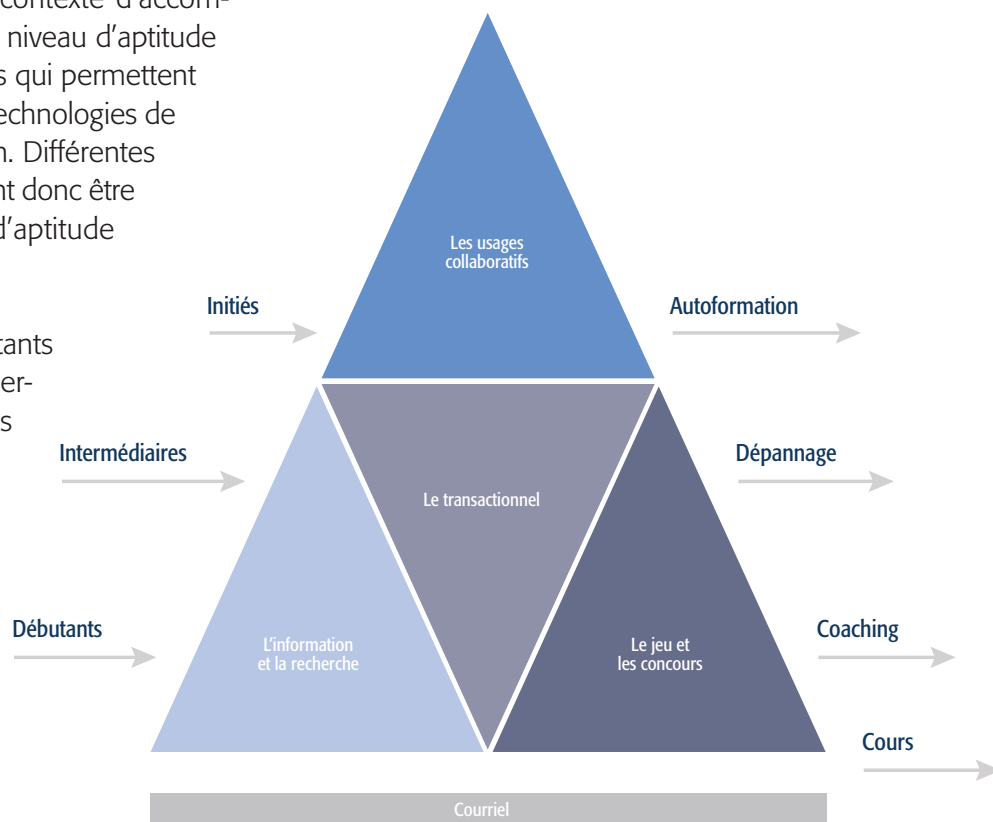
Les aînés de niveau intermédiaire progressent peu à peu vers des activités plus complexes, notamment celles qui sont de nature transactionnelle ou collaborative. Les activités transactionnelles peuvent cependant nécessiter un accompagnement sous forme de dépannage ou de *coaching*, assuré de façon ponctuelle par un proche. Ces formes d'accompagnement permettent aux séniors de maintenir leur autonomie.

La plupart des activités sur Internet sont familières aux aînés de niveau avancé, qu'on appelle ici les « initiés ». Ceux-ci connaissent la plupart des usages collaboratifs et utilisent toutes les possibilités du Web. Malgré leurs connaissances, ils ont parfois besoin d'aide. Dans leur cas, le dépannage et, surtout, l'autoformation leur permettent de résoudre les différents problèmes qu'ils peuvent éprouver. À leur égard, l'usage d'un tutoriel et d'un guide interactif est approprié et même souhaité.

La pyramide des activités : une synthèse incluant l'accompagnement

La pyramide de réalisation des activités vue précédemment peut être exploitée dans un contexte d'accompagnement. Selon celle-ci, à chaque niveau d'aptitude correspondent des activités adaptées qui permettent aux aînés de mieux s'approprier les technologies de l'information et de la communication. Différentes formes d'accompagnement pourraient donc être proposées et adaptées au niveau d'aptitude des aînés.

L'accompagnement des aînés débutants pourrait prendre la forme de cours personnalisés ou de séances régulières de *coaching* afin qu'ils apprennent



L'utilisabilité des sites Web

L'utilisabilité d'un site Web, dans le contexte de cette étude, renvoie au degré avec lequel les aînés peuvent atteindre leurs buts sur un site Web avec efficacité, efficience et satisfaction, dans un contexte précis¹⁶. L'utilisabilité est la contrepartie de l'accompagnement : alors que l'accompagnement permet de former l'aîné à l'utilisation des sites, l'utilisabilité permet de transformer les sites selon les besoins des aînés.

Des tests d'utilisabilité ont été faits sur deux sites Web gouvernementaux, soit celui de la Régie des rentes du Québec (RRQ) et celui de la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ). Pour chaque site, des tâches précises étaient sélectionnées, comme remettre un véhicule automobile ou faire une demande de prestation de survivant. Des aînés de niveau intermédiaire ou initié devaient mener à bien plusieurs des tâches demandées, sous la supervision d'un interviewer. En tout, 24 tests d'utilisabilité ont été faits (à raison de 12 tests par site Web).

Les constats de ces tests sont révélateurs. Alors que les participants sont familiers avec les sites et qu'ils en donnent une appréciation générale positive, très peu d'aînés ont pu mener à bien leurs tâches sans aide. Les fonctionnalités interactives ainsi que la complexité des formulaires semblaient poser un défi aux aînés même si les séniornauts étaient de niveau intermédiaire ou avancé. Enfin, les capsules de support elles-mêmes étaient parfois une source de confusion.

Les recommandations principales pour l'utilisabilité des sites Web gouvernementaux testés vont globalement dans le sens d'une simplification :

- Décomposer au maximum les tâches : limiter le plus possible les tâches à multiples fonctions et ramener chaque procédure de demande à des étapes claires

et simples, séparées les unes des autres, l'idée étant que chaque page corresponde à une unité d'activité dont la complétion et la séquence ne peuvent susciter d'hésitation ou de doute chez l'utilisateur.

- Automatiser la vérification des entrées : automatiser le plus possible toutes les procédures de vérification des entrées de l'utilisateur qui peuvent être prises en charge par le système.
- Soigner l'aide en ligne : offrir des écrans offrant le maximum d'assistance à la tâche qui soit contextuelle et automatisée lorsque possible (par exemple, proposer l'envoi de la confirmation par courriel plutôt que de compter sur l'aîné pour l'imprimer).
- S'assurer de la compréhension de la terminologie auprès du public cible.
- Maintenir et développer des chemins de navigation multiple.

Les tests d'utilisabilité montrent, d'une part, que les sites Web doivent être adaptés à la clientèle des aînés, mais ils pointent également vers la nécessité d'un guidage puisque la catégorie des séniornauts présente un besoin de certitude accru dans la navigation, où ils souhaitent être sûrs de ce qu'ils doivent faire à chaque étape. Enfin, le faible taux de complétion des tâches pendant les tests sème un doute quant à la possibilité réelle d'utilisation des services gouvernementaux en ligne par les séniornauts débutants.

¹⁶ Voir le terme *utilisabilité* sur Wikipédia : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Utilisabilit%C3%A9>.
Voir aussi le lexique Ergophile : <http://www.ergophile.com/lexique/>.

PARTIE 2 - L'EXPÉRIMENTATION

Les expérimentations de la visiophonie à l'extérieur du Québec

Les expérimentations qui, tout comme celle du CEFRIO, combinent une population aînée et un dispositif de visiophonie dans les services gouvernementaux sont pionnières. Cependant, des expériences en visiophonie sont intéressantes compte tenu du potentiel qu'elles représentent. Alors que les systèmes de visiophonie, tels que les vidéoconférences, s'établissaient dans les entreprises il y a quelque temps déjà, les améliorations apportées au matériel (qualité des écrans, infrastructure de télécommunication) sont telles qu'elles suscitent un intérêt nouveau et se démocratisent. Ainsi sont nées des applications à la visiophonie qui sont destinées à d'autres usages que ceux des entreprises.

Pour l'illustrer, diverses pratiques existent, notamment des projets pilotes mis en place par l'État du Colorado aux États-Unis en collaboration avec Cisco¹⁷. En particulier, deux des expérimentations visent à servir des populations en milieu rural. Un projet, la Télé Santé, permet à un patient de consulter un médecin à distance. Un autre projet, en éducation celui-là, permet à des étudiants en sciences infirmières de suivre des cours à distance. Le but visé est de réduire l'exode rural. D'autres pratiques visent plus particulièrement les aînés. En France, on relève un projet¹⁸ qui met de l'avant un écran tactile muni d'une caméra et destiné à aider une population âgée en situation d'isolement. L'expérience propose des technologies de communication très simples à utiliser pour une population qui est moins familière avec ces technologies. Ces contacts avec l'extérieur ont, semble-t-il, des effets positifs sur les personnes qui en bénéficient.

Les conditions de l'expérimentation

Le volet de l'expérimentation avait pour principal objectif de déterminer les mesures à mettre en œuvre afin d'accompagner les aînés dans leur apprentissage des TIC. Concrètement, il s'agissait d'analyser la réaction des aînés vis-à-vis de ce nouveau dispositif technique que constitue la visiophonie, d'observer et d'analyser les interactions entre les aînés participants, l'interface de services et le préposé/accompagnateur, de définir la nature des services que les aînés souhaitent utiliser en priorité et d'examiner les conditions organisationnelles liées à l'utilisation de la visiophonie en tant que nouveau mode de prestation de services.

Trois ministères ou organismes gouvernementaux ont participé à l'expérience : Revenu Québec, Services Québec et la Régie des rentes du Québec. La Place des aînés à Laval¹⁹ a aménagé un local spécialement pour cet usage. Les services aux aînés ont été offerts entre août et décembre 2010, à raison de deux jours par semaine (les mercredis et jeudis) de 10 h à 16 h. La durée moyenne des contacts a été de 16 minutes 30 secondes pour Revenu Québec, de 17 minutes 56 secondes pour la Régie des rentes du Québec et de 9 minutes 47 secondes pour Services Québec.

Le dispositif de visiophonie

Le poste visiophonique mis à la disposition des aînés était constitué d'un système CTS 500 de CISCO (écran haute définition, caméra et téléphone à écran tactile), auquel on avait ajouté un ordinateur portable donnant accès à Internet, une imprimante et une caméra de document. Du côté des organisations prestataires de services, un système CTS 500 avait été ajouté à l'outillage habituel des préposés. Pour répondre aux exigences

¹⁷ <http://www.informationweek.com/news/government/state-local/showArticle.jhtml?articleID=224200650>.

¹⁸ http://www.senioractu.com/VisAge-un-ecran-de-communication-interactif-par-Internet-pour-les-seniors-et-leurs-proches_a6696.html et http://www.lentreprise.com/idees-de-business/camera-contact-connecter-les-personnes-isolees_21707.html.

¹⁹ Place des aînés est un organisme à but non lucratif implanté dans la communauté lavalloise depuis le milieu des années 1990. Sa programmation socioculturelle et sportive et ses différentes activités s'adressent aux adultes de 50 ans et plus qui sont autonomes et qui désirent demeurer actifs.



Source : Chaire UNESCO-Bell de l'UQAM, 2010

① Écran de vidéoconférence / ② Imprimante / ③ Ordinateur portable / ④ Téléphone / ⑤ Caméra de documents

des organisations partenaires, notamment liées à la sécurité, les postes de travail étaient reliés entre eux par des liens indépendants à haut débit fournis par Bell.

Le contexte de l'utilisation de la visiophonie

Les aînés étaient invités à prendre rendez-vous auprès du secrétariat de Place des aînés et à indiquer s'ils voulaient parler à Revenu Québec, à la Régie des rentes ou encore à Services Québec. Si l'aîné ne pouvait identifier l'organisation avec laquelle il souhaitait faire affaire, on le dirigeait vers Services Québec qui assure le service d'information de première ligne au gouvernement du Québec.

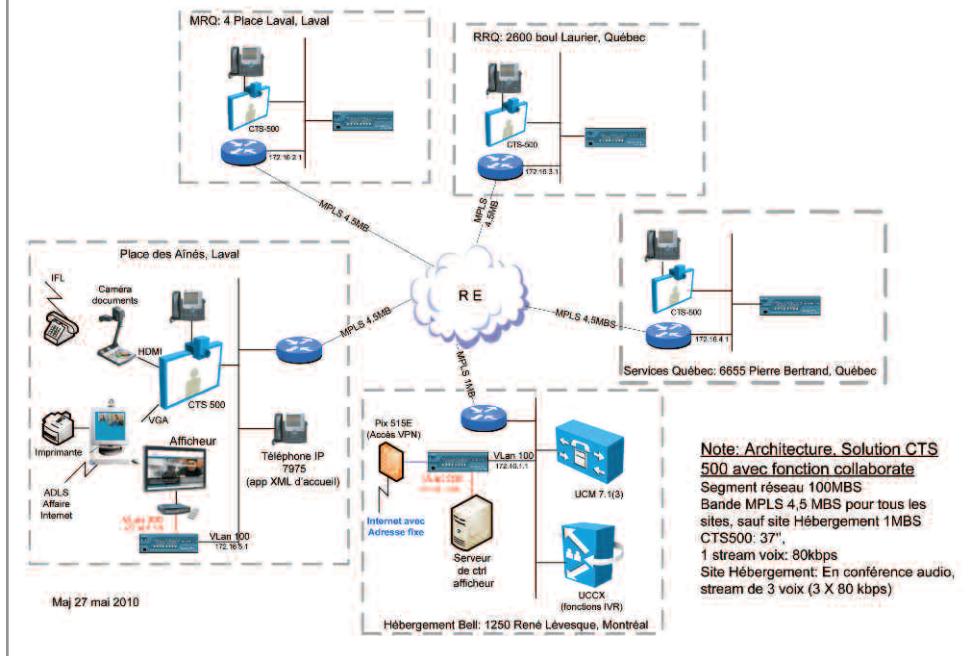
Dans ce contexte, compte tenu qu'un préposé pouvait transférer un appel à l'une ou l'autre des organisations, il avait été convenu que les préposés étaient disponibles en tout temps pendant les plages d'expérimentation.

La collecte des informations

Au total, 42 interventions ont été réalisées auprès des organismes concernés : 8 des 35 participants ont contacté deux organismes durant une même expérimentation, soit parce qu'ils avaient plusieurs sujets, soit qu'ils ne s'adressaient pas d'emblée au bon organisme. Revenu Québec a été le plus sollicité, particulièrement au sujet des crédits d'impôt destinés aux aînés. Services Québec vient au deuxième rang. La Régie des rentes du Québec a été la moins sollicitée avec des questions portant principalement sur les rentes et prestations versées à la suite d'un décès.

Pour la plupart, les aînés rencontrés avaient entre 60 et 79 ans. Les aînés qui ont participé à l'expérience semblaient généralement à l'aise financièrement et d'un bon niveau de scolarité, ce qui n'est pas nécessairement représentatif de la population en général. Plusieurs d'entre eux ont eu l'occasion de se familiariser avec la technologie au cours de leur vie professionnelle.

Architecture technologique du dispositif de téléprésence utilisé Solution CTS 500 et fonction collaboration.



Les interactions dans un cadre de visiophonie

Pour bien comprendre les interactions entre les aînés et le dispositif de visiophonie, toutes les expérimentations ont été observées (observation participante) et enregistrées. Les aînés étaient invités à signer des formulaires de consentement lors d'une entrevue préparatoire. Cette étape permettait d'informer les aînés des objectifs, de la démarche de la recherche et d'obtenir leur consentement à participer. De plus, chaque aîné a été convié à partager ses impressions et à revenir sur l'expérience au cours d'entrevues individuelles rétroactives. L'analyse des données repose sur la transcription intégrale des expérimentations et sur les vidéos. À noter que les données nominatives et confidentielles ont été effacées des enregistrements.

Les conditions organisationnelles de la visiophonie

Le visionnement et l'analyse sommaire d'une vingtaine d'entrevues entre des aînés et des préposés ont permis de déterminer la nature des interactions en mode visiophonique entre les préposés et les aînés. Le point de vue des préposés aux renseignements et de leurs gestionnaires a ensuite été recueilli au cours d'entrevues

individuelles. Un premier document sur les conditions de déploiement de la visiophonie a fait l'objet de discussions avec les représentants des trois organismes participants. Une deuxième série d'entrevues a été menée auprès de gestionnaires responsables de l'implantation et de la réalisation d'autres projets de visiophonie.

L'accompagnement et la formation

Les aînés qui ont participé à l'expérience se sont portés volontaires. C'est en consultant une annonce affichée à la Place des aînés qu'ils ont pris connaissance de la possibilité d'obtenir des services gouvernementaux par le biais de la visiophonie. Ils devaient ensuite prendre rendez-vous à l'accueil de la Place des aînés. Ils se

sont familiarisés avec le dispositif de visiophonie sur place. Celui-ci s'est d'ailleurs présenté comme une nouveauté qui les a d'abord déstabilisés par rapport à leurs habitudes. N'étant pas très familiers avec cette technologie, les aînés avaient de la difficulté à envisager son utilisation sans l'aide d'une personne-ressource. Les aînés ont indiqué qu'ils auraient aimé recevoir des consignes claires (oralement ou par écrit) sur la façon d'utiliser le dispositif avant sa mise en marche ou encore de bénéficier d'une formation.

Exemple d'annonce :

*Génération @
Les aînés à l'ère du numérique*

Vous avez besoin d'utiliser des services gouvernementaux? **Commencez votre démarche ici.**

Prenez rendez-vous à l'accueil de Place des aînés, ou appelez au 450 978-5555.

Le service est offert gratuitement les mercredis et jeudis de 9 h 30 à 16 h.

Les aînés utilisent les termes suivants pour qualifier leur expérience : fantastique, merveilleuse, enrichissante, facile, intéressante, excellent service. C'est donc dire que, même s'ils ont été surpris par le dispositif au départ, leur expérience demeure positive quant au contact avec la technologie et au service reçu par les organismes.

Les préposés affirment pour leur part avoir été séduits par l'idée d'utiliser un nouveau mode de communication avec leur clientèle, et ce, avant même de commencer l'expérimentation. Ils se sont rapidement sentis à l'aise avec le dispositif ainsi qu'avec les formes d'interactions qui l'accompagnaient. Une demi-journée de formation a été suffisante pour assurer leur autonomie avec ce nouvel outil de travail. Même si certaines composantes de leur système habituel ont été doublées (deux téléphones et deux écrans), ils n'ont pas eu d'inconforts lors de l'utilisation du dispositif de visiophonie.

La relation

La principale force du dispositif visiophonique expérimenté est sans contredit la qualité de son image. La qualité est telle que les préposés et les aînés avaient l'impression d'être face à face. Une fois l'entretien commencé, ils ont eu tendance à oublier le dispositif, en particulier l'écran. Ainsi, la téléprésence tend à simuler les conditions d'une relation de proximité physique, dite de coprésence. La dimension de l'image contribue aussi à cette impression de coprésence. Sa précision permet de discerner les expressions non verbales et les réactions des clients. Le préposé peut ainsi détecter les incompréhensions ou les contrariétés et ajuster ses interventions, ce que les autres intermédiaires de communication usuels (courriel et téléphone) ne permettent pas toujours de faire.

*« C'est comme si j'étais assis à côté d'elle. »
« On voit mieux sur l'écran que si l'on était à l'accueil. » « Le fait qu'on ait un écran aussi grand, c'est comme si la personne était en face de nous. » « C'est leur figure qu'on voit, leurs expressions, et ça en dit beaucoup. »*

Les aînés rencontrés vont dans le même sens et indiquent à quel point le dispositif est devenu « transparent » pour eux, n'ayant pas eu l'impression d'être devant un écran, mais bel et bien en face de la personne avec laquelle ils étaient en train de discuter. Les aînés mentionnent une interaction plus « humaine » qui leur permet de sentir l'empathie des préposés à l'égard de leur situation.

Un aîné – « C'est mieux. C'est mieux qu'il soit en face de moi. On se comprend mieux. »

Comparativement au téléphone, la visiophonie favorise un certain civisme et permet de désamorcer des situations tendues. Par rapport au comptoir, elle procure l'avantage d'écartier les risques d'agression physique, les préposés étant exposés à moins de stress qu'en coprésence. Selon des gestionnaires, ce sentiment de sécurité procurerait même certains avantages sur le plan psychologique (notamment une diminution du stress) qui pourraient se traduire par des gains organisationnels (notamment une diminution du nombre d'arrêts de travail).

*« C'est facile de tempêter après quelqu'un au téléphone quand tu ne le vois pas. »
« Quand les personnes se présentent à nous, parfois elles sont choquées ou nerveuses [...] notre présence fait en sorte qu'on est capable de les rassurer [...] de ramener la conversation, puis de régler leurs problèmes. »*

L'organisation du travail

Dans cette expérimentation, les préposés avaient la consigne d'être toujours disponibles et prêts à répondre à une demande de transfert d'appel entre les organismes. Ce contexte particulier a donc mené à une organisation du travail « idéale ».

Du côté des aînés, la satisfaction était évidemment palpable. L'efficacité du service fut louangée dans leurs commentaires rétroactifs.

Un aîné parle en ces termes de l'expérience : « Ah ! c'était le fun. J'ai eu beaucoup d'information, plus que j'aurais pensé. Il y en a que je ne savais même pas que ça existait ».

Par contre, les préposés ont été appelés à réaliser d'autres tâches connexes (traitement de dossiers ou réponses aux courriels, par exemple) entre deux appels. Le fait de passer d'une tâche à l'autre n'a pas posé de problème en soi, bien que les préposés interrogés auraient préféré compléter davantage d'entrevues. Mais cette logistique n'est pas sans présenter des défis sur le plan de l'organisation du travail.

La durée de l'entretien constitue une préoccupation de premier ordre pour les organismes dont la mission est d'offrir un service de renseignements téléphonique. À la lumière des données dont on dispose, il est difficile d'évaluer avec précision l'effet de la visiophonie sur la durée de l'entretien, sinon pour affirmer que cette durée se compare à celle d'un entretien en coprésence.

Plusieurs ont le sentiment que la visiophonie, comparativement au contact téléphonique, peut allonger la durée de l'entretien.

« Le fait d'avoir la personne en face ferait en sorte que la conversation serait plus longue qu'une conversation téléphonique [...] la personne a plus le goût de jaser. »

Il semble plus difficile de mettre fin à un entretien en visiophonie ou en coprésence qu'à un entretien téléphonique.

Du point de vue des préposés, ce n'est pas tant le mode de prestation que la nature des demandes et le type de clientèle qui influencent la durée de l'entretien. Un entretien téléphonique peut même s'avérer plus long qu'un entretien en visiophonie ou en coprésence, notamment quand il s'agit d'identifier un citoyen, reconnaître des documents ou remplir un formulaire.

« Avec des personnes âgées, remplir un formulaire peut me prendre des fois une demi-heure, trois quarts d'heure. » « Bon, vous êtes rendu à quelle ligne? OK! lisez-moi la ligne. » « Mais là, je n'ai pas mes lunettes, je vais prendre ma loupe. »

Les transferts interorganismes

Le transfert d'appel d'un organisme vers un autre présente plusieurs avantages pour le client qui règle plus rapidement son dossier et évite les délais d'attente et les procédures de rappel. Il présente aussi plusieurs bénéfices organisationnels, notamment parce que le préposé n'a pas à faire de suivis subséquents.

Le matériel de visiophonie utilisé au cours de l'expérimentation permettait de simuler²⁰ un transfert d'appel. La procédure était presque transparente pour l'aîné, accompagné par le préposé. On note par ailleurs que l'aîné ne devrait pas participer activement aux procédures techniques de transfert d'appel. Par contre, cette procédure a été jugée fastidieuse pour les préposés qui ont été unanimes à mentionner que le transfert pourrait être mieux intégré sur le plan technologique.

Les périphériques

Différents instruments ont été branchés au système de visiophonie dans la salle des entrevues à Place des aînés. Outre le téléphone à écran tactile qui contrôle le système, l'aîné avait accès à un ordinateur qui lui permettait de naviguer sur les sites Internet des trois organismes participants, une imprimante et une caméra document conçue pour transmettre l'image d'un

²⁰ Un système de transfert automatisé existe, mais le nombre d'expérimentations ne permettait pas d'en justifier les coûts.

document au préposé. Ces périphériques appuient les fonctionnalités de la visiophonie en créant des conditions d'interactions qui, à bien des égards, s'apparentent à l'entretien en coprésence.

Le **téléphone** n'est pas vraiment un périphérique puisqu'il contrôlait le système de visiophonie utilisé pour l'expérimentation. Son interface présente des boutons de tailles diverses, un combiné et un écran tactile aux multiples possibilités. Pour faire un appel, tous les aînés ignoraient plus ou moins par quoi commencer. Certains s'installaient devant l'ordinateur et ont dû être dirigés vers le téléphone. D'autres ont tenté de joindre les services par la méthode apprise depuis toujours, c'est-à-dire en décrochant le combiné. Quelques aînés ont compris qu'il fallait utiliser l'écran tactile, tandis que d'autres usèrent du clavier de composition ou des boutons de fonction du téléphone autour et en dessous de l'écran. Une participante voulant utiliser l'écran tactile a communiqué avec le mauvais service, son doigt ayant glissé. À plusieurs reprises, les chercheurs ou le préposé sont intervenus pour aider l'aîné à terminer l'appel. La langue de l'interface téléphonique, l'anglais, a aussi constitué un inconvénient souligné par les aînés.

L'**ordinateur** a été peu utilisé. Plusieurs ont pourtant vu dans le système de visiophonie un moyen efficace d'accompagner le client au moment de la navigation sur leur site Internet. Le fait que le préposé puisse voir à l'écran l'image de l'ordinateur et suivre pas à pas un parcours Web peut faciliter l'aide à la navigation, dit-on. Le préposé peut plus facilement guider la personne non seulement dans sa recherche d'information et de documents, mais aussi dans la saisie de formulaires.

Un préposé – « Si le citoyen est sur Internet, on voit sa souris se promener et on peut lui dire d'aller cliquer au bon endroit. »

L'**imprimante** a elle aussi été peu utilisée par les aînés. Cette faible utilisation peut s'expliquer par le fait que c'est l'aîné qui devait la contrôler, dirigé par le préposé. Les deux seules utilisations de l'imprimante ont d'ailleurs exigé l'aide du chercheur. Il faut donc privilégier un contrôle à distance de l'imprimante.

La **caméra** document utilisée pour visionner les documents s'est avérée le périphérique le plus employé. En plus de servir aux aînés à présenter leurs pièces d'identité, la caméra permet aux préposés d'examiner rapidement les documents, lettres et formulaires que les aînés ont en main.

Un préposé – « Moi, je l'ai tout de suite vu à l'écran et j'ai réglé son problème. Ce n'était rien qu'un code qu'il avait mis à la mauvaise ligne, à la mauvaise place. Il fallait le voir pour le savoir. »

Ce périphérique étant nouveau, les préposés ont éprouvé des difficultés à accompagner l'aîné et à décrire l'appareil de manière efficace, ce qui rendait son appropriation plus difficile chez les aînés. De plus, l'appareil était placé loin de l'écran et le bouton pour ouvrir et fermer l'appareil était difficile d'accès. Plusieurs aînés ont eu de la difficulté à le localiser et la plupart ont eu besoin d'une aide au cours de ce processus. Tout comme l'imprimante, un contrôle à distance par le préposé apparaît être une solution simple et adéquate.

Le lieu et l'installation physique

La Place des aînés, à Laval, a aménagé une salle fermée pour les besoins de l'expérimentation, dotée d'une table et d'une chaise. Papier et crayon étaient à la disposition des aînés. Les aspects liés à la confidentialité étaient une exigence des organismes partenaires.

Le fait d'être debout pendant une période prolongée peut devenir épuisant pour certains aînés. Ils ont apprécié le confort lié à la disposition de l'installation. Être assis durant l'entretien, s'installer pour prendre des

notes et avoir accès aux différents périphériques, plus particulièrement à la caméra document, ont été des éléments qu'ils ont aimés. Il ne faut donc pas sous-estimer ces aspects positifs de l'expérience.



Source : Chaire UNESCO-Bell de l'UQAM, 2010

Les aînés sont réticents à se rendre dans des bureaux éloignés qu'ils ne connaissent pas, ou qu'ils jugent difficiles à trouver. L'accessibilité représente donc un aspect important au moment de choisir les lieux physiques pour offrir des services en visiophonie.

En ce sens, la Place des aînés est effectivement un lieu où les aînés ont aimé recevoir le service parce qu'il est fréquenté et accessible. C'est ce type d'endroits qu'ils favoriseraient pour installer des services de visiophonie. Dans les lieux préconisés, on trouve aussi les bibliothèques, les centres locaux de services communautaires (CLSC), les résidences pour personnes âgées et différents autres endroits publics faciles d'accès.

Un aîné – «Ça nous évite de nous déplacer à l'extérieur. J'imagine que si l'on veut aller voir Revenu Québec, il faut aller à Montréal. Je trouve que ça nous évite de nous déplacer. Venir ici, c'est une petite place facile pour nous. On peut venir facilement rencontrer la personne.»

D'autres aînés estiment que des services de santé pourraient être rendus par le truchement de la visiophonie, Info-santé par exemple. D'autres encore soulignent l'intérêt de créer des liens avec les organismes fédéraux.

Du côté de l'offre de services, la visiophonie viendrait enrichir les services existants, particulièrement en région dans de petits bureaux où l'absence d'un seul préposé peut avoir des conséquences non négligeables. Les aînés ont d'ailleurs mentionné les bénéfices qu'en tireraient les régions.

Selon plusieurs gestionnaires, un tel dispositif peut aussi permettre de regrouper l'expertise afin de répondre aux besoins des clients, et même d'offrir des services dans des régions plus éloignées qui sont actuellement mal ou peu servies. Cela pourrait également permettre de réduire les coûts liés aux déplacements de conseillers qui offrent des services dans plusieurs petits bureaux d'une région. Ainsi, en plus des avantages de l'entretien en coprésence, la téléprésence permet de profiter des gains d'efficacité de la téléphonie, en décentralisant les expertises par exemple, ce qui apparaît comme une possibilité intéressante pour le maintien ou le développement des emplois en région. Différents gestionnaires y voient aussi une façon d'optimiser les entrevues en mode face à face avec le client.

Un gestionnaire – «Dans les petits bureaux, chaque fois qu'il y a une absence, c'est une partie importante de l'effectif qui ne peut pas donner le service.»

Inversement, dans les grands centres comme Montréal, Laval ou dans des régions comme la Montérégie, le fait d'assurer quelques points de services en visiophonie pourrait éviter des déplacements aux clients qui doivent parfois parcourir de longues distances urbaines. Pour certains services, il n'y a en effet qu'un bureau sur ce territoire qui regroupe pas moins de 60 % de la population du Québec.

Les conditions de succès de l'expérience

Les particularités d'une clientèle d'ânés

L'âge des clients n'est pas sans conséquence sur les conditions préalables au déploiement de la visiophonie. La vue, la mobilité, la motricité, l'ouïe, les connaissances technologiques plus limitées et les différences significatives sur le plan des repères sont des facteurs dont il faut tenir compte au moment de la mise en place d'un tel dispositif. La possibilité d'ajuster le volume, d'offrir un espace confortable (position assise), d'ajuster l'écran (luminosité, grosseur des caractères), l'utilisation d'un vocabulaire adapté aux références des ânés, insuffler la confiance nécessaire à l'âné pour permettre l'utilisation des fonctions du dispositif sont autant d'éléments à prévoir afin d'atténuer certains facteurs qui peuvent en limiter l'utilisation.

La convivialité du système

Il importe aussi de concevoir un système pour l'utilisation du plus grand nombre et non pas spécifiquement pour les ânés qui pourraient alors percevoir négativement des fonctions limitées à leur usage (ce qui pourrait renvoyer une image dévalorisante)²¹.

Un âné – «Alors, il faut [amener les ânés] à utiliser l'informatique ou, du moins, à comprendre ce que l'informatique peut faire.»

L'expérimentation a permis de déterminer les éléments à corriger avant toute généralisation de la visiophonie, à commencer par sa convivialité pour favoriser une plus grande autonomie des clients. C'est d'autant plus important que le service s'adresse ici à des ânés.

L'installation de la salle

L'installation du visioguichet dans une salle fermée est propice à la confidentialité et instaure un climat de confiance. L'élément de confort, l'éclairage et la ventilation contribuent au bon déroulement des entretiens. Le fait

d'être assis devant une table sur laquelle ils pouvaient poser leurs documents, prendre des notes sur une feuille de papier, tout en ayant accès simultanément au préposé, à la caméra de document, à l'ordinateur a largement contribué à faciliter l'expérience. L'aspect convivial et accueillant de l'installation a concouru au succès de l'expérience.

Les ajustements au dispositif

Outre les périphériques qui gagneraient à être manipulés à distance par les préposés, l'expérimentation nous apprend que la configuration et l'ergonomie des équipements n'ont pas permis aux ânés de démarrer une entrevue sans aide. Certains décrochaient le combiné du téléphone alors que d'autres se tournaient spontanément vers l'ordinateur. La simplification des interfaces et des indications simples s'avèrent indispensables. L'alignement des caméras de façon à ce que le préposé et l'âné soient réellement placés face à face constitue un détail important. La langue de l'interface téléphonique doit aussi être adaptée.

Les ajouts au dispositif

Les organismes publics peuvent se distinguer quant à la façon d'interagir avec leurs clientèles et d'encadrer administrativement ces interactions. Les procédures d'authentification et la signature, notamment, illustrent bien cette diversité. En introduisant une notion de téléprésence, la visiophonie apporte un nouvel éclairage sur ces questions et ouvre de nouvelles perspectives. Afin de couvrir un large spectre d'exigences administratives et de pratiques organisationnelles, d'autres périphériques pourraient permettre de recueillir une signature, par exemple, ou percevoir un paiement. La possibilité de numériser et de transmettre des documents (par exemple un formulaire signé) ou des pièces justificatives originales dont on ne veut pas se départir (par exemple une preuve de citoyenneté) et de pouvoir transmettre ces documents numérisés aux organisations requérantes s'avère être d'autres fonctionnalités qui viendraient accroître l'utilité d'un visioguichet.

²¹ Carole-Anne Rivière et Amandine Brugière (2010). *Bien vieillir grâce au numérique*, FYP éditions, chapitre 2.

«Ce n'était pas possible de faire une rente de retraite. On a besoin d'une signature [...] Si l'on avait la possibilité d'avoir un échange de documents d'une place à l'autre, ça serait l'idéal [...] ça pourrait être un petit dispositif où le client peut signer [...] comme à la SAAQ [...] ils nous font signer notre permis de conduire sur une petite tablette.»

Visiophonie et téléphone, des outils complémentaires

Lors des entrevues rétroactives, les aînés ont beaucoup valorisé leur expérience en visiophonie par rapport à leur expérience téléphonique des services gouvernementaux. Comparativement au téléphone, la visiophonie est apparue avantageuse sur plusieurs aspects. Les aînés sont ressortis très satisfaits de la qualité de l'information reçue et de la rapidité avec laquelle ils l'ont obtenue. Cet enthousiasme à l'égard de la visiophonie par rapport au téléphone n'est pas sans lien avec la grande disponibilité des préposés au cours de cette expérience. Rappelons que, dans cette expérimentation, les entretiens étaient sur rendez-vous et que les préposés avaient la consigne de toujours être en mesure de répondre à un appel, notamment en cas de transfert. Les gestionnaires interrogés sont apparus soucieux de la complémentarité entre la visiophonie et la téléphonie. Ainsi, il leur apparaît que la visiophonie devrait demeurer sur rendez-vous afin que les demandes pour de simples renseignements n'accaparent pas cet outil.

Les incontournables d'un déploiement à grande échelle

Faciliter l'utilisation et l'appropriation de la visiophonie par les aînés

Une image vaut mille mots ! Bien qu'habituelle et somme toute basique, cette affirmation n'en est pas moins importante. Plusieurs aînés – pour ne pas dire tous – ont en effet déploré ne pas avoir eu connaissance plus tôt de l'existence du service. Publiciser et communiquer efficacement ce qu'est un guichet de visiophonie sont nécessaires pour sensibiliser les aînés et la population

en général. Il est en outre nécessaire de se référer aux termes utilisés par les aînés eux-mêmes. Un vocabulaire trop technique risque en effet d'en rebuter plusieurs. Ainsi, les termes techniques « vidéoconférence », « téléprésence » et « caméra de document » doivent être définis clairement et expliqués aux utilisateurs afin de bien les préparer.

Comme pour tout système, il est primordial de donner les indications visant à en faciliter l'utilisation. Cette mise en contexte est utile pour préparer les utilisateurs à une première expérience. Cette aide peut prendre plusieurs formes : tutoriel, courte formation, guide imagé. Couplées à une feuille d'explication, des indications visuelles pourraient guider l'utilisateur. Des pictogrammes colorés à haut contraste ou un système de numérotation installés sur la caméra de document faciliteraient la recherche des appareils. Ces éléments diminueraient probablement le temps d'appropriation de ces appareils.

Enfin, peu importe qu'il s'agisse d'un préposé ou d'une autre personne, pour les aînés, surtout ceux qui sont beaucoup moins familiers avec les technologies, l'aide d'un accompagnateur est une option à privilégier afin de les accueillir et de présenter le dispositif de visiophonie. Idéalement, pour cette clientèle notamment, cet accompagnateur pourrait demeurer disponible afin de régler des problèmes techniques et répondre aux questions. La fonction de l'accompagnateur est d'initier les aînés et de les rassurer. Sa présence ne serait pas utile durant l'entrevue, il suffirait d'amorcer le dialogue et de placer l'aîné devant le système. On sait que les cours offerts aux aînés sont appréciés lorsque la formation est donnée par un pair. De l'avis des personnes rencontrées, un pair accompagnateur serait idéal.

Des stratégies de déploiement organisationnel

L'expérimentation de la visiophonie auprès de la clientèle des aînés a permis de discerner d'autres usages et quelques stratégies pour le développement d'une offre élargie de services à d'autres types de clients.

Ainsi, l'expérimentation de la visiophonie permet à une organisation de mieux comprendre l'outil et d'évaluer son potentiel. En fonction des besoins de sa clientèle et des lieux, une organisation peut envisager une délo-

calisation de son offre de services ou le développement d'une offre régionale de services spécialisés, assurer la continuité de ses services dans une région où la baisse d'achalandage entraîne un risque de fermeture de bureaux, voire offrir des points de services là où ils ne sont pas actuellement disponibles.

Même si l'analyse des coûts n'a pas été l'objet de la présente étude, en s'appuyant sur l'expérimentation réalisée avec Revenu Québec, la Régie des rentes et Services Québec, la création de partenariats entre des organisations similaires s'avère une piste prometteuse. Elle permettrait non seulement de partager les coûts et les infrastructures matérielles en place, incluant l'accueil et l'accompagnement des clients, mais également de garantir un taux d'achalandage intéressant et de développer un modèle de tarification à l'usage.

L'accessibilité aux services et à l'expertise dans les communautés locales éloignées des grands centres, là où la masse critique de clients ne permet pas la mise en place ou le maintien de points de services, est un enjeu bien connu de la ruralité. La création de partenariats avec des instances locales afin d'entretenir des visioquichets s'avère une autre piste à explorer. On retrouve ce modèle en France dans certains départements ou communes éloignés. Ce type d'organisation n'est cependant pas sans poser de défis²² : l'environnement du visioquichet et l'accompagnement du client notamment sont des facteurs clés de réussite, sans compter la disponibilité d'une bande passante à haut débit particulièrement dans les communautés locales plus éloignées.

²² Daniel Thierry (2011). « Non-usages en lieux publics : les automates des visio-quichets de services publics », dans *Cahiers de recherche M@rsouin*, n° 2011/03, 116 pages.

Conclusion

Le premier volet du projet de recherche Génération A comportait trois phases distinctes dont les objectifs étaient principalement de circonscrire les usages de l'ordinateur et d'Internet des aînés québécois, de même que de comprendre les déterminants de l'usage des TIC. Ce que fait d'abord ressortir ce premier volet, c'est la grande diversité des séniornauts qui ne peuvent plus désormais être considérés comme un groupe unique de la population. Les aînés présents sur la Toile sont en effet hétérogènes au regard de leurs activités, de leur équipement informatique, de leurs aptitudes à l'égard des TIC ou de leurs attentes en matière d'accompagnement.

En ce qui concerne les motivations des aînés à utiliser les TIC, le projet a permis de saisir qu'elles étaient principalement liées à la détente ou au besoin d'information, mais aussi ludiques et qu'elles évoluaient avec le temps. Cependant, les aînés entretiennent toujours une réticence certaine quant à la sécurité en ligne. Les coûts liés à l'utilisation des TIC font également partie des freins à considérer. Plusieurs pistes intéressantes qui ont jailli de l'analyse peuvent aider à la promotion de l'utilisation d'Internet par les aînés.

La première de ces pistes est sans contredit l'intérêt pour les jeux comme porte d'entrée d'Internet. La recherche montre en effet que les aînés débutants ont un grand attrait pour la dimension ludique, et que leur utilisation migre par la suite vers des applications plus complexes. Ce constat laisse à penser qu'il est possible d'utiliser le jeu, en particulier le jeu sérieux²³, dans une optique d'appropriation des TIC par les aînés débutants.

La deuxième piste à explorer est le besoin d'accompagnement et de formation des aînés, qui change selon leur degré d'expertise. Ainsi, la recherche montre que les aînés débutants préfèrent les cours et le *coaching*, alors que les aînés experts se tournent plus volontiers

vers l'autoformation. Cette piste laisse comprendre que la promotion des TIC auprès des aînés doit passer par des moyens d'accompagnement appropriés à leur niveau d'expérience sur Internet, utilisant, le cas échéant, des technologies émergentes et faciles d'accès.

Enfin, les sites Web eux-mêmes doivent être adaptés à la clientèle des aînés, principalement en passant par une simplification et une clarification des processus.

Le second volet du projet Génération A (l'expérimentation) a connu un franc succès auprès des aînés. Les commentaires positifs obtenus des aînés et des préposés indiquent que la visiophonie répond à de multiples besoins. Les développements récents issus des mondes de la téléphonie, de l'imagerie et d'Internet sont en ébullition. Dorénavant, nos téléphones véhiculent des images et nos télévisions nous permettent de communiquer.

L'expérimentation de la visiophonie a permis de circonscrire quelques stratégies d'accompagnement d'utilisation des nouvelles formes de TIC :

- Il importe de publiciser et de communiquer efficacement ce qu'est un guichet de visiophonie en utilisant les termes que les aînés connaissent. À cet égard, une image vaut mille mots !
- Les aînés l'ont répété : il faut fournir les indications nécessaires pour en faciliter l'utilisation. Cette aide au client peut prendre plusieurs formes : pictogrammes colorés, tutoriels, courtes formations, guides imagés.
- Enfin, pour les aînés, surtout ceux qui sont beaucoup moins familiers avec les technologies, l'aide d'un accompagnateur doit être privilégiée. La fonction de l'accompagnateur, qui pourrait être un pair, est d'initier les aînés et de les rassurer.

²³ Selon le Grand dictionnaire de terminologie de l'Office québécois de la langue française, quand on parle de jeu sérieux, il s'agit d'une « application informatique qui combine une intention sérieuse de type pédagogique, informatif, communicationnel, idéologique ou autre, avec un environnement d'apprentissage prenant la forme d'un jeu vidéo, afin de transmettre un savoir pratique ou de sensibiliser à un enjeu social » (www.granddictionnaire.com).

L'expérimentation a aussi fait ressortir les conditions de déploiement de la visiophonie dans les organisations prestataires de services. Elle a permis de discerner d'autres usages et quelques stratégies pour le développement d'une offre élargie de services à d'autres clients.

- Ainsi, une organisation a avantage à déployer la visiophonie dans son environnement pour mieux comprendre l'outil et évaluer son potentiel en fonction des besoins de sa clientèle et dans son contexte particulier: délocalisation de son offre de services, développement d'une offre régionale de services spécialisés, ou encore maintien de services dans une situation où la baisse d'achalandage entraîne un risque de fermeture de bureaux.
- La création de partenariats entre les organisations similaires s'avère une piste prometteuse pour assurer la rentabilisation des infrastructures qui soutiennent la visiophonie, permettant de partager les coûts de la technologie, des locaux et du personnel.
- Enfin, à l'instar de plusieurs communes françaises, la création de partenariats avec des instances locales est une autre piste à explorer.

Plusieurs aînés nous ont par ailleurs souligné à quel point il serait intéressant d'avoir accès à des services en visiophonie directement de leur domicile, sur leur microordinateur, sans avoir à se déplacer.

Et si la solution était encore plus facile, et à portée de main? La télévision numérique permet d'ores et déjà de naviguer sur Internet. Plusieurs entreprises distribuent

sur le marché des décodeurs qui rendent possible un dialogue entre deux personnes, peu importe où elles se trouvent dans le monde, de salon à salon. Issus du monde de la téléconférence, ces dispositifs sont dorénavant disponibles à domicile. L'appel vidéo n'est plus un rêve: les téléphones cellulaires équipés d'une caméra permettent d'échanger un sourire d'un bout à l'autre du globe. On a même vu des malentendants communiquer entre eux grâce à ces téléphones nouveau genre.

Alexander Graham Bell avait innové en son temps, en établissant un mode de communication dans lequel deux personnes distantes l'une de l'autre pouvaient se parler sans se voir. Une première dans l'histoire de l'humanité. La visiophonie replace le dialogue entre deux personnes dans un mode où la communication non verbale vient de nouveau soutenir la communication verbale.

Le développement et le déploiement à grande échelle des dispositifs visiophoniques ouvrent des perspectives stimulantes pour les services à la clientèle et pour les centres d'appels de nos entreprises, et laissent entrevoir des transformations de pratiques importantes.

Nous souhaitons que les résultats du projet Génération A permettent aux décideurs publics et privés de réfléchir sur les actions à poser afin d'utiliser au mieux les TIC et leurs développements les plus récents, et ainsi autoriser les aînés du Québec à vieillir dans une société branchée qui leur accorde toute la place qui leur revient.



Le **CEFRIO** est un centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Il regroupe plus de 150 membres universitaires, industriels et gouvernementaux ainsi que 60 chercheurs associés et invités. Sa mission: contribuer à faire du Québec une société numérique, grâce à l'usage des technologies comme levier de l'innovation sociale et organisationnelle. Le CEFRIO en tant que centre de liaison et transfert réalise, en partenariat, des projets de recherche-expérimentation, d'enquêtes et de veille stratégique sur l'appropriation des TIC à l'échelle québécoise et canadienne. Ces projets touchent l'ensemble des secteurs de l'économie, tant privé que public. Les activités du CEFRIO sont financées à près de 64% par ses propres projets et à 36% par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, son principal partenaire financier.

Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière accordée dans le cadre du programme d'appui au passage à la société de l'information du Sous-secrétariat aux ressources informationnelles et du bureau du dirigeant principal de l'information du Secrétariat du Conseil du trésor.



Principal partenaire financier du CEFRIO

Pour tout renseignement additionnel, communiquez avec le CEFRIO.

Bureau de Québec

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6 Canada
Tél. : 418 523-3746

Bureau de Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 471
Montréal (Québec)
H3A 1B9 Canada
Tél. : 514 840-1245

Courriel : info@cefrio.qc.ca • Site Internet : www.cefrio.qc.ca