

Le numérique pour repenser l'impact de la migration

Par Alice BARBE
SINGA

Les humains ne sont pas libres de se déplacer dans le monde. En fonction de leur lieu de naissance, de leur couleur de peau ou de leur religion, ils ne peuvent prétendre être libres, ni exploiter au mieux leur potentiel intellectuel, physique, créatif ou spirituel. Non seulement cela est injuste, mais, de plus, cela crée des narratifs qui nuisent aux États-Nations en contestant la capacité à créer l'égalité des chances. Pourtant, il n'y a jamais eu autant d'humains vivant en dehors de leur pays de naissance. Mais les discours populistes font de cette réalité migratoire un bouc émissaire facile des frustrations que chaque époque engendre.

En 2019, les illustrations du stress migratoire, parfois pourtant très loin des réalités démographiques concernées, ne manquent pas : l'arrivée au pouvoir de Bolsonaro au Brésil, qui organise le retrait du Brésil du pacte de l'ONU sur les migrations ⁽¹⁾ ; le *shutdown* américain, résultat d'un forcing de Donald Trump pour mettre en place son fameux « mur » à la frontière mexicaine ⁽²⁾ ; le décret « anti-migrants » de Matteo Salvini en Italie... En parallèle, les enjeux numériques, notamment les biais algorithmiques ⁽³⁾, et l'utilisation massive du *big data*, révèlent une faille importante des sources d'informations sur tout type de sujet polarisant. Le scandale de Cambridge Analytica ⁽⁴⁾ – tout comme l'utilisation ambiguë de données par les géants des GAFAs ⁽⁵⁾ – brouille les pistes de vérité et de fiabilité de l'information. Plus que jamais, la capacité des sociétés à être plus inclusives et plus agiles est questionnée par la question du déplacement et des crises, climatiques d'abord, mais aussi démocratiques.

Big data et migrations, enjeux intrasèques

Les perceptions des Français à l'égard des personnes réfugiées

La question de l'asile et des réfugiés a toujours été au cœur du débat public en France et plus largement en Europe ⁽⁶⁾. Si les gouvernements successifs depuis les années 1970 ont utilisé le thème de la migration comme un enjeu politique, ce dernier a essentiellement été abordé *via* deux prismes. C'est le postulat d'Otto Scharmer du MIT ⁽⁷⁾ qui illustre la théorie U par l'exemple de ce qui a été appelé « la crise des réfugiés ». Le premier paradigme consiste à utiliser un argument protectionniste en politique afin d'affirmer qu'il faut fermer « nos » frontières, ériger des murs, avoir recours à la violence afin de réagir à l'arrivée de personnes supposées non désirées dans un pays. Le second paradigme consiste à considérer que le rôle d'un pays d'accueil est de protéger

(1) LONDOÑO E. (2019), "Bolsonaro Pulls Brazil From U.N. Migration Accord", *The New York Times*, January 9.

(2) FORAN C., KILLOUGH A. et RAJU M. (2019), "Trump seeks 'down payment on the wall' as lawmakers search for way out of shutdown", CNN, January 24.

(3) O'NEIL C. (2016), *Weapons of Math Destruction*, Crown Publishers.

(4) GRANVILLE K. (2018) "Facebook and Cambridge Analytica: What You Need to Know as Fallout Widens", *The New York Times*, 19 mars.

(5) Norwegian Consumer Council (2018), "Deceived by design, How tech companies use dark patterns to discourage us from exercising our rights to privacy", June 27.

(6) VIANNA P. (2008), « La question migratoire : un enjeu politique pour l'Europe », *Migrations Société*, 2008/2, n°116, pp. 43-57.

(7) SCHARMER O. C. (2016), *Theory U, Leading from the Future as It Emerges*, Berrett-Koehler Publisher Inc., pp. 30-32.

ces personnes, par exemple en invoquant le droit d'asile, ou en finançant des organisations non gouvernementales qui vont pouvoir apporter aux personnes réfugiées une aide humanitaire d'urgence. Mais Scharmer avance qu'il devrait exister un troisième paradigme : celui dans lequel on ne prendrait plus seulement en compte le « EUX », c'est-à-dire les migrants, contre un supposé « NOUS », l'État d'accueil, mais dans lequel on se doterait d'outils pour construire un « NOUS » commun. Ce sont ces outils qui aujourd'hui manquent cruellement, et qu'une poignée d'acteurs contribuent à créer.

Les expressions maintenant bien connues de *post-vérité* ou de *fake news* ont remis en question la réalité des interactions sociales. Le mot « réfugié » a été élu mot de l'année en 2016 au Festival du mot de La Charité-sur-Loire, et le mot « migrant » est arrivé en deuxième position⁽⁸⁾. Il suffit d'écrire ces mots dans la barre de recherche « Images » de Google pour se faire une idée des images qu'ils suscitent dans l'inconscient collectif. L'organisation *More in Common* a lancé en 2017 une étude sur les perceptions de la migration en France et en Europe. Sans surprise, les résultats de cette étude ont montré que les Français étaient clairement polarisés sur le sujet de l'accueil. L'étude révèle qu'il existe cinq tendances, cinq polarisations autour du thème. Si, d'une part, les nationalistes identitaires constituent 17 % de la population de l'Hexagone et, d'autre part, les multiculturalistes 30 %, il n'en demeure pas moins qu'une majorité ambivalente de 53 % se retrouve catégorisée en trois groupes : les humanitaires (15 %), les laissés-pour-compte (21 %) et les inquiets économiques (17 %) qui seraient enclins au pessimisme national, et dont la peur individuelle comme collective serait un vecteur d'acceptation (pour les humanitaires) ou de rejet (les laissés-pour-compte et inquiets économiques) des migrants. Un sondage intéressant au sein de cette étude montre par ailleurs que 30 % des personnes interrogées souhaiteraient pouvoir faire plus pour l'accueil, y compris 3 % déclarant vouloir s'engager à accueillir chez eux une personne réfugiée. Toutefois, parmi les choix proposés de passage à l'action, nous trouvons un certain nombre de propositions dites « altruistes » comme « faire un don », « s'engager dans une association comme bénévole », « signer une pétition », mais à aucun moment il n'est question de se rencontrer.

La rencontre pourtant est au cœur des enjeux de nos sociétés.

Selon une étude du Haut-Commissariat pour les Réfugiés de l'Organisation des Nations Unies (UNHCR) en 2013⁽⁹⁾, seuls 12 % des personnes réfugiées ont déjà eu une interaction sociale avec un Français. Cela signifie donc que la très grande majorité des bénéficiaires d'une protection internationale ne dispose pas de capital social et vit un fort isolement. C'est problématique, d'autant plus que les politiques dites « d'intégration » des personnes réfugiées, et la France n'y fait pas exception⁽¹⁰⁾, ont parmi leurs priorités l'apprentissage du français et de la culture du pays d'accueil. Sans capital social, comment comprendre les habitants d'un pays et s'y épanouir ?

Le rôle des géants de la tech

Les technologies d'information et de communication ont ceci de spécifique qu'elles ne prennent pas en compte les frontières. À quelques exceptions près, elles visent, et notamment les GAFAs, à mettre en place une culture de l'illimité. Le manifeste publié par Marc Zuckerberg en février 2018 nous informe que « le Progrès a besoin que l'humanité se rassemble, non seulement en villes ou nations, mais en communauté mondiale »... autrement dit, sur Facebook, selon l'intéressé⁽¹¹⁾.

(8) <https://france3-regions.francetvinfo.fr/bourgogne-franche-comte/nievre/festival-du-mot-refugies-est-le-mot-marquant-de-l-annee-2016-1001667.html>

(9) UNHCR, « Vers un nouveau départ, l'intégration des réfugiés en France », 2013.

(10) COUVELAIRE L. (2018), « Intégration des immigrés, priorité à l'emploi et au français », *Le Monde*, 5 juin.

(11) HARARI Y. N. (2018), *21 Lessons for the 21st Century*, Spiegel & Grau, pp. 91-92.

Le créateur de Facebook ajoute que sa plateforme se consacrera à identifier « des communautés pleines de sens » et à « renforcer notre manière de créer du lien social et de rapprocher le monde ». La devise d’AirBnB, “Belong anywhere⁽¹²⁾”, montre la volonté d’engagement, ou en tout cas l’image de cette volonté, d’utiliser la technologie comme créateur d’interaction sociale. Vous cherchez l’amour ? Tinder. Vous cherchez une colocation ? Roomster. Vous cherchez un événement sympa ? Meetup. Vous cherchez un emploi ? LinkedIn.

Ce n’est pas un hasard si *Harvard Business Review France* s’interrogeait en décembre 2018 sur « comment créer du lien à l’ère de l’hyperconnexion⁽¹³⁾ ». Le lien social semble devenir l’eldorado technologique, et ce, de manière paradoxale. En effet, il est prouvé que les réseaux sociaux créent et accentuent le sentiment de solitude (*American Journal of Preventive Medicine*⁽¹⁴⁾). C’est un enjeu bien résumé par la tribune « Sommet Tech for Good : Ne confondons pas intérêt général et génération d’intérêts » d’Ismaël Le Mouël et Léa Thomassin, cofondateurs de HelloAsso et de la Social Good Week, publiée dans *Libération* le 21 mai 2018. En substance, elle explique que les géants du Web ne semblent pas encore développer leur technologie au service du bien commun et dans la protection des données, et qu’il est à ce titre fondamental qu’ils questionnent leur capacité à être mis au service des enjeux globaux de nos sociétés.

Le numérique comme solution ambiguë

La tech et les réfugiés

Depuis 2015, on ne compte plus les applis « pour les réfugiés ». Mais très peu sont vraiment utilisées pour répondre aux besoins de leurs utilisateurs⁽¹⁵⁾.

Proposer une aide, un accueil, un hébergement, à manger... à des personnes réfugiées n’est pas forcément toujours traduisible sur un outil numérique. Il faut que l’utilisateur en ait besoin. Il faut que l’offre corresponde à la demande. Postuler que tous les réfugiés ont besoin d’un toit, d’un emploi, ou d’apprendre le français, de manière uniforme, sans distinction de l’utilisateur, relève d’une absence de design inclusif dans la création de l’outil numérique. Ce qu’affirme Dana Diminescu : les *apps* créées pour les personnes réfugiées ont une vie de comète et les concernés sont comme tout le monde : ils utilisent Facebook, WhatsApp et Skype.

Parler de numérique et de réfugiés peut refléter une forme de mouvement nouveau. Mais sans développement d’outils inclusifs et sans prise en compte du narratif autour de la question de l’asile, on ne fera que renforcer les stéréotypes autour de la migration. Autrement dit, si on ne commence pas par changer la vision des migrants (pauvres, non éduqués, volant « nos » emplois, ou encore miséreux, en détresse) *via* un prisme plus divers, plus concret, aucun outil numérique ne pourra apporter de solution durable et globale à des situations rencontrées par les bénéficiaires d’une protection internationale.

La présentation même du numérique comme solution aux personnes réfugiées est biaisée. Le numérique peut fournir des solutions à tout le monde, indépendamment du statut juridique ou du pays de naissance. La question d’inclure les personnes réfugiées dans la production d’outils numériques, en revanche, est toujours d’actualité. En témoigne la startup LevelApp, développée par REFUNITE, qui propose aux personnes réfugiées en Ouganda d’être rémunérées pour tester

(12) <https://www.airbnb.fr/belong-anywhere>

(13) *Harvard Business Review*, décembre 2018-janvier 2019, couverture.

(14) PRIMACK B. A., SHENSA A., SIDANI J. E., WHITE E. O., YI LIN L., ROSEN D., COLDITZ J. B., RADOVIC A. et MILLER E. (2017), “Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S”, *American Journal of Preventive Medicine*.

(15) DIMINESCU D. (2018), « Les applis pour réfugiés sont-elles victimes de la pensée magique ? », Entretien *Digital Society Forum*, novembre.

des algorithmes d'IA⁽¹⁶⁾. Les bénéfiques sont doubles : un revenu pour les testeurs et des algorithmes prenant en compte les biais interculturels.

Si le numérique a un rôle à jouer aujourd'hui dans la question de l'accueil, peut-être n'est-il pas celui que l'on attend. La question du déplacement forcé est considérée par le Forum économique mondial en 2016 comme le plus gros enjeu et problème auquel le monde fait face⁽¹⁷⁾. Les solutions à ces enjeux dépendent de l'aide humanitaire et donc de leurs financements, et, de ce fait, des États et citoyens. Or, si la montée du populisme et du nationalisme a pour résultat de créer dans les pays d'accueil des gouvernements ouvertement hostiles à l'immigration, et notamment en Occident (les plus grands pays d'accueil ayant rarement un PIB compétitif⁽¹⁸⁾), alors la rencontre, en tant qu'outil de création de lien, en tant que levier d'une migration créatrice de richesses, devient plus difficile, voire impossible. C'est alors que le rôle du numérique et des citoyens capables de s'en saisir devient clé : il s'agit de proposer en priorité, et indépendamment des contextes politiques, les outils numériques permettant de créer cette rencontre entre nouveaux arrivants et locaux.

Utiliser le numérique pour changer le regard

Un double problème permet de résumer la situation. Du côté des migrants, une méconnaissance des habitants et des cultures des pays d'accueil est un obstacle à ce qui est appelé « intégration ». Du côté des membres de la société d'accueil, ce sont les idées reçues et les stéréotypes autour de la notion de migration et autour des migrants eux-mêmes qui constituent des pierres d'achoppement.

Les solutions pour travailler à l'intégration et à la maîtrise des codes socioculturels par les nouveaux arrivants sont timidement en train d'être mises en place. Mais la solution pour répondre à des stéréotypes sur les personnes réfugiées tarde davantage à être entreprise, parce que les « locaux » ne se sentent pas responsables de la migration, considérée comme le problème des migrants et éventuellement des institutions responsables de l'accueil. Or, un travail sur les stéréotypes ne peut être engagé que *via* l'expérience de la rencontre avec les premiers concernés.

En parallèle, les médias et réseaux sociaux propageant des discours et des images de haine se multiplient. En France, le média « Français de souche » se présente comme une revue de presse recevant chaque mois près d'un million de visiteurs uniques, et référençant tous les articles liés à la migration à destination de lecteurs hostiles à cette dernière. Comme l'explique Fabrice Epelboin dans le podcast *Vlan* !⁽¹⁹⁾, il est aisé de générer de la haine de l'autre si l'on s'adresse à un public hostile en le nourrissant d'informations biaisées comme sait le faire ce site Internet. Face aux fantasmes et peurs de l'Autre, la manière dont sont partagés les contenus, et surtout leur cible, joue un rôle sur les perceptions, et donc sur de nombreux enjeux sociétaux, à commencer par le vote et, par ricochet, les politiques publiques qui seront mises en place à l'issue de l'expression citoyenne.

L'enjeu majeur de l'utilisation du numérique sur la question migratoire ne réside ainsi pas forcément dans la création de contenus « favorables » à la migration. Malgré la prolifération des campagnes des ONG ou du Haut-Commissariat pour les Réfugiés de l'Organisation des Nations Unies, #WithRefugees, le rejet des immigrés reste un sujet récurrent de polarisation, de radicalisation et de meurtres, comme ce fut le cas lors de la tragédie de Christchurch en Nouvelle-Zélande.

Alors même que le *big data* doit faciliter la mise en relation entre personnes partageant les mêmes passions, les outils numériques s'adressant aujourd'hui aux personnes réfugiées peinent à trouver

(16) HOUSER K. (2018), "Refugees in Uganda are earning money by training AIS", *Futurama*, Novembre 21.

(17) KLUGE J., DOCKING T. et KE EDELMAN J. (2018), "Paradigm Shift, how investment can unlock the potential of refugees", *Refugee Investment Network*.

(18) Amnesty International (2016), « Crise mondiale des réfugiés : de l'esquive au partage des responsabilités ».

(19) *Vlan* #68 (2018), « Les gilets jaunes et l'usage sombre des réseaux sociaux », novembre, Soundcloud

des utilisateurs. Ces outils, conçus « pour » des personnes réfugiées, oublient que ces personnes peuvent ne pas avoir envie d'être considérées en tant que telles, notamment du fait des perceptions négatives dont elles sont la cible avec ce terme. Ainsi Inna O., réfugiée russe, qui affirme sur France Inter⁽²⁰⁾ qu'à son arrivée en France, elle utilisait Tinder pour rencontrer des gens et pratiquer le français dans un environnement où elle ne serait pas considérée comme une réfugiée, avec l'aide de Google Translate. Les deux applis qui ont permis à Inna de se sentir intégrée dans la société sont des applis qui visent à faciliter la communication et la rencontre, et ne sont pas conçues pour aider des personnes réfugiées.

L'État français lui-même, au moment du lancement en 2018 de la Délégation interministérielle de l'Accueil des Réfugiés, a mis en avant la nécessité de créer davantage de liens entre nouveaux arrivants et locaux et d'utiliser le numérique à cette fin⁽²¹⁾. Pour autant, les outils numériques visant à améliorer la vie des personnes réfugiées (et donc des sociétés qui les accueillent) doivent se doter d'une ambition mondiale et de long terme. Du fait du réchauffement climatique, l'Organisation internationale pour les Migrations prédit 405 millions de déplacés forcés d'ici à 2050⁽²²⁾.

Aujourd'hui, l'Agence des Nations Unies pour les Réfugiés (HCR) recense 68,5 millions de personnes déracinées. Si les réponses humanitaires sont à la hauteur des enjeux (et rien n'est moins sûr, seul 1 % de l'aide humanitaire attribuée aux Objectifs du Développement durable concernant le soutien à la question migratoire⁽²³⁾), elles ne répondront pas pour autant au défi du narratif et des perceptions. C'est là que la technologie et en particulier les outils numériques destinés à créer des solutions autour du lien et des modes de vie, devront se poser la question à la fois de leur éthique et de leur finalité : remettre le lien social au centre de leur modèle, notamment économique.

Conclusion

Depuis 2015, en France, nombreuses sont les initiatives explorant les possibilités offertes par la technologie pour améliorer la vie des personnes réfugiées. Le mouvement Techfugees agit notamment sous forme de *hub* pour permettre à tous de créer des solutions pour les personnes déplacées. À travers des principes fondateurs forts, le mouvement permet un usage éclairé du numérique, notamment en insistant sur l'aspect inclusif du design des outils, l'impact positif pour d'autres populations en situation de vulnérabilité ou la gestion maîtrisée des données⁽²⁴⁾. La plateforme Action Emploi Réfugiés recense 895 047 offres d'emplois au 30 janvier 2018 auxquelles les candidats (réfugiés) peuvent postuler en ligne. Les plateformes CALM – Comme À La Maison – et, depuis 2017, celle d'AirBnB (Open Homes) permettent à n'importe qui de proposer une chambre à une personne réfugiée pour un accueil chez l'habitant. Les exemples ne manquent pas, mais l'impact sur le long terme est encore difficile à confirmer et les données manquent pour évaluer l'amélioration de la vie des personnes réfugiées grâce à ces outils.

Une chose est certaine : le narratif évolue peu, les perceptions négatives demeurent et croissent, notamment *via* les réseaux sociaux. Nombreux sont les nouveaux arrivants, les entreprises, les locaux, les associations en demande de davantage d'outils pour se rencontrer. Que ce soit une entreprise cherchant à recruter des personnes réfugiées (comme la plupart des entreprises

(20) <https://www.franceinter.fr/emissions/a-ton-age/a-ton-age-23-avril-2017>

(21) <https://accueil-integration-refugies.fr>

(22) International Organization for Migrations (2017), "World Migrations Report".

(23) Kluge J., Docking T. et KE EDELMAN J. (2018), "Paradigm Shift, how investment can unlock the potential of refugees", *Refugee Investment Network*.

(24) <https://techfugees.com/techfugees-guiding-principles/>

ayant rejoint la TENT Fondation⁽²⁵⁾, les associations et entreprises sociales cherchant à fournir des solutions aux personnes réfugiées (programmes de mises en relation pairs à pairs comme Kodiko ou Wintegreat) ou reposant sur le savoir-faire de ces dernières pour créer une innovation auprès des locaux (Meet My Mama, révélateur de potentiel culinaire des femmes migrantes, ou Natakallam, plateforme d'apprentissage de l'arabe en ligne avec des mentors réfugiés), l'urgence de demain – et peut-être l'eldorado des géants de la tech – sera la création de lien entre les personnes déplacées et leurs sociétés d'accueil. Inclure les personnes migrantes dans la conception et la finalité des outils à créer est une priorité. Fortes de cette conviction, les équipes de SINGA ont mis en ligne, en partenariat avec Share.it, Accenture et Pixelis, un algorithme de *matching* pour mieux connecter ces acteurs, tant réfugiés que locaux, organisations et entreprises, et ce, après trois ans de recherche et développement sur des enjeux technologiques autour de la migration, notamment avec Telecom Paristech⁽²⁶⁾.

Si ces exemples peuvent servir d'inspiration, il est fondamental que les acteurs de la tech, grands ou petits, se posent enfin la question de l'inclusion et du sens qu'ils donnent à leurs outils. Le droit international aura toujours un rôle réglementaire sur les politiques d'accueil mais les solutions face aux crises viendront aussi des principaux concernés. Peut-être est-il temps de les écouter pour éviter le pire.

(25) <https://www.tent.org/> : « La fondation rassemble les entreprises désireuses de participer à la création de solutions pour les personnes déplacées. »

(26) <http://www.socialgoodweek.com/lalgorithme-service-lien-social-refugies/>