

Bruno Cassette et Gabriel Dupuy, Laurent Choquereau  
25 mars 2003

## **Internet et les territoires**

Pour les quarante ans de la DATAR, Gilles Fumey, animateur du Café géo de Paris avait invité autour de Gabriel DUPUY, géographe (univ. de Paris-1), auteur du livre *Internet, géographie d'un réseau* (Ellipses) un spécialiste des nouvelles technologies et de l'innovation, Bruno CASSETTE.

L'attache d'Internet au territoire est difficile à percevoir. Cette remarque sera la première de Gabriel Dupuy, quand il annonce que ce réseau mondial ou cyberspace semble ne naître nulle part. L'objet d'une géographie d'Internet est donc de dépasser ce trouble initial en découvrant tout le contraire, soit les lieux et les endroits d'Internet. Une multitude d'opérateurs agit selon des logiques liées à l'espace et souvent à une "net-économie". Ces opérateurs se placent là où se trouve leur intérêt, d'où des effets évidents sur l'espace. Du fait d'un haut débit parsemé en différents endroits, le boursicoteur occasionnel intervient moins rapidement que le brooker de New York ou de Paris. Le problème spatial relève alors directement des pouvoirs publics pour équiper tout le monde d'une manière équitable. L'Etat ne fait que ce qu'il est en mesure de faire, donc sans intervenir sur le marché puisque l'ingérence est la règle, mais en légiférant. Toutefois, le rythme de développement d'Internet est si rapide que les lois se succèdent sans jamais rattraper réellement le train. Les collectivités locales sont une échelle plus pertinente d'action pour ce genre de problèmes, mais quand elles ne se retournent pas vers l'Etat, elles agissent, certes avec pragmatisme, mais sans l'expertise nécessaire et de façon brouillonne. Cela n'empêche pas les décisions prises d'être censées par rapport à un système Internet complexe. Le réseau se développe en fait à l'échelle planétaire et dans un univers dérégulé. Devant ces faits couplés au délai extrêmement court avec lequel ils se mettent en place, l'Etat est profane en face de ce sujet d'une complexité intrinsèque.

La D.A.T.A.R. (Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale), représentée par Bruno Cassette, a cette vocation de « sapeur » dont une des nouvelles attributions est celle des nouvelles technologies. Internet peut en effet conduire à des dégâts sociaux dans notre société d'informations. Bruno Cassette confirme donc que le problème est en premier lieu politique et qu'il s'agit surtout d'anticiper les prochaines évolutions économiques et sociologiques. A la base, ArpaNet se devait de ne pas avoir de centre pour garder un moyen de communiquer même dans des situations préjudiciables. Par la suite, ses dérivés, dont Internet, progresseront sur des terrains dissemblables et aujourd'hui, on en arrive à des débats technologiques, comme celui sur la troisième génération de téléphonie mobile. Les rebonds technologiques sont surprenants dès lors qu'on pense que le haut débit n'a que deux ans d'existence.

La France ne découvre Internet qu'en 1994 par l'intermédiaire de Gérard Théry et ses Autoroutes de l'information, des autoroutes où la visibilité est nulle. Pas même Bill Gates, trois ans plus tard, n'est capable d'estimer la portée réelle que prendra Internet qui deviendra une sorte d'"Objet Politique Non Identifié". Les décisions d'aménagement sont, en effet, court-circuitées par quelque chose d'étranger qui intervient sans être vraiment approprié.

Pendant longtemps, le sujet n'a pas été gouvernemental et l'on oscillait entre un Monsieur TIC ou une diffusion dans plusieurs ministères. Actuellement, Claudie Haigneré n'est pas la seule à être concernée par les nouvelles technologies. La conviction politique en faveur d'Internet se traduit par des lois ou par des mesures nationales (comme l'achèvement du réseau de téléphonie mobile) ; ce dispositif est complété par des initiatives locales toujours plus nombreuses. En même temps que l'objet technoïde fonde sa petite communauté, il devient un outil social, donc de proximité, ce qui l'inclut au domaine géographique. L'accès est conditionné par le rythme de diffusion des technologies, enjeu économique et social. La suraccumulation de ces technologies invente des marchés. Par exemple, la Poste l'a intégrée à sa stratégie commerciale puisqu'elle a étudié qu'un internaute recevait plus de courrier qu'un non-internaute (elle achemine notamment les achats en ligne effectués par ceux-ci). C'est pourquoi elle offre une adresse électronique gratuite à ses clients. Le mouvement Internet s'est ainsi ouvert aux logiques de marché.

Dès lors, il devient impératif pour une collectivité de remplir les cases de l'accessibilité, car le haut débit permet de surfer sur des sites à valeur ajoutée dans des endroits éloignés des centres de décision. Si France Telecom assure la couverture de 75% de la population, seuls 20% du territoire sont couverts. Sans l'action publique, la vacuité du numérique est sensible. A Lille, certaines communes environnantes n'ont pas l'ADSL au contraire de l'agglomération lyonnaise. Pourtant, dans certains quartiers de Lyon, l'offre de services n'est pas homogène. A moyen terme, cela peut représenter des problèmes. En matière d'Internet, la France est un pays de transit. Si bientôt à Barcelone, les politiques fiscale et technologique deviennent plus intéressantes qu'à Toulouse, le risque de déséquilibre territorial est évident. Lyon et Milan sont dans la même situation. Quelques grandes villes françaises ont un service inaccessible dans les trois ans à venir. Les opérateurs décident de la destinée des territoires, ce qui ne devrait pas être le cas. L'intervenant privilégié en matière d'Internet est l'actionnaire pour lequel le développement territorial ne va pas de soi. La boucle locale radio, présentée comme l'avenir du désenclavement voici deux ans, n'est plus assurée que par un opérateur. La gestion des accès n'est ainsi plus vraiment maîtrisée.

Ces nouvelles technologies demandent en effet une adaptation de la part des utilisateurs. Bien que disposant du C.N.E.T. de Lannion, c'est en Bretagne que le nombre de téléphones mobiles est le moins important. Les critères de l'économie traditionnelle ne fonctionnent plus, induisant la nécessité d'une nouvelle grille de lecture. Il faut amener les Français à Internet, sinon la fracture numérique qui place la France en une situation difficile ne fera que s'accroître. Le prix d'entrée élevé est un frein à ce développement, si bien que le sujet n'est pas réglé. Et les Suédois peuvent se moquer gentiment de la France qui avec son Minitel avait réalisé un grand pas dans les nouvelles technologies. Cependant, les services qui y étaient développés l'étaient en vase clos (les pages jaunes, la S.N.C.F., même les messageries roses ne permettent pas d'établir un contact). Cet acquis se retrouve dans les comportements des internautes ; en France, Internet est « monotâche » ; or, c'est un chantier immense. Pour l'exploiter entièrement, il faut le haut débit. Et à Paris, la fibre optique à l'utilisateur final est inexistante, alors qu'elle est installée depuis dix ans à Stockholm. Enfin, Internet est une sociologie. Aller sur Internet n'est pas neutre. La toile doit accrocher les démarches, ne serait-ce que pour positionner la francophonie. Mais la topographie d'Internet est invisible ; taper "ville de Paris" sur un moteur de recherche donne des résultats... étonnants. Internet est la vision d'une société qui décrit un schéma culturel et juridique. Cela a des conséquences jusqu'en géopolitique, car dès qu'on touche à un sujet stratégique, les acteurs sont identifiés.

## **Débat**

Marc Lohez : Dans les Landes, le Conseil Général a fourni aux élèves de troisième du département des ordinateurs portables pour créer du trafic et ainsi attirer des opérateurs. Que penser de ce type de stratégie ?

G. D. : La réaction est disproportionnée, et la mesure est surtout un effet d'annonce, car dans les « tuyaux », il passe surtout des réseaux privés considérables en quantité d'informations, et des communications téléphoniques. Ce n'est pas quelques milliers d'élèves qui favoriseront une saturation des lignes. B. C. : Le premier objectif du Conseil Général est de faire rentrer Internet dans les foyers en prêtant ces ordinateurs aux collégiens. C'est ainsi qu'on crée une rupture générationnelle qui se retrouve désormais à partir de la maternelle. Mais la démarche est intéressante car elle coûte pour le département : c'est une maintenance 24 heures sur 24 qu'il lui faut assurer. D'un autre côté, le haut débit est possible partout et tout de suite, mais la question qui intervient est surtout celle du financement. Pour le territoire français, le coût est relativement minime ; les dix milliards d'euros ne représentent à vrai dire que le coût du T.G.V. Lyon-Milan. De fait, le budget des fibres optiques est moins important dans le Rhône que la part attribuée au réseau routier du département. Avec Internet, la puissance publique des collectivités territoriales, de l'Etat, de l'Europe, effectue son retour, car le sujet ne porte pas que sur la thématique, mais aussi sur la régulation.

Marc Lohez. : Vous avez présenté les stratégies des collectivités locales comme étant sages. Mais dans ces stratégies, il y a beaucoup d'image pour renforcer leur pouvoir. Internet n'est-il pas un outil pour la guerre d'image ? G.D. : Les initiatives sont variées et plus ou moins pertinentes. Ce qui se passera bientôt (car la situation actuelle est transitoire), et sans considérer les irréductibles optimistes, sera plutôt « gris » : aux Etats-Unis, les problèmes ont été les mêmes qu'en France. On souhaitait un gros réseau national, complété par les collectivités et par les universités. Mais les F.A.I. (Fournisseurs d'accès à Internet) étaient répartis de façon abominable sur l'ensemble du territoire, en Californie par exemple, à tel point qu'il fallut faire des interventions ponctuelles. C'est le passage d'un système extrêmement concurrentiel qui a conduit à des prix écrasés, voire nuls, à la diminution de la concurrence, un oligopole qui deviendra un quasi-monopole : les petits sont acculés à la faillite. Internet apparaissait comme un réseau gratuit. Cette situation sera bientôt terminée dans les quelques années à venir, alors les pouvoirs publics pourront discuter plus facilement - car ils préfèrent les discussions de géant à géant.

Charlotte Uhlmann : La guerre des images doit être vue sous un angle plus complexe. Une collectivité doit penser en termes de réseau, de services, d'usage, de desserte. La culture de l'image est distribuée par quelques cas particuliers, comme Parthenay ou Castres-Mazamet. La France fait partie des pays où la législation empêche le développement du réseau. Chaque territoire est différent, avec des clientèles différentes à desservir. Dans ce cadre, l'élargissement européen offre une nouvelle forme de coopération avec des politiques transfrontalières. La question de la régulation est une question secondaire.

Peut-on survivre sans le haut débit ? B.C. : Il s'agit d'ADSL plus que de haut débit. Aussi l'environnement où l'on vit n'est-il pas neutre car l'ADSL peut y être haut débit ou un Internet de confort. Les caractéristiques du haut débit sont triples : il offre une connexion permanente, le multimédia et l'immédiateté des ressources. La saturation est donc subjective entre l'un et l'autre utilisateur. L'ADSL est largement suffisante pour les ménages. Sur un plan plus large, Internet se situe comme une autoroute, avec des besoins proportionnels à la largeur de la voie. Cela permet à Rhône-Poulenc de mettre en place des systèmes performants d'agriculture de précision en temps réel. Il n'y a pas de modèle économique s'il n'y a pas d'échantillon à

proposer aux gens. C'est la raison de l'éclatement de la bulle Internet : les start-ups ou les cybermarchés manquaient de clients, peu concernés. Au contraire, la charge s'inverse : les cybermarchés ne servent qu'à livrer des produits encombrants comme des packs de bouteille d'eau. Les produits à valeur ajoutée ne s'achètent pas sur Internet.

Pour d'autres projets, il faut des investissements. La vidéo à la demande nécessite des réseaux importants du fait qu'il n'existe aucune obligation de rester en monotâche. La qualité doit être bonne, de l'ordre de 3 méga-bytes par seconde. Les infrastructures doivent mener la mesure. C'est ce qu'a compris L'Oréal organisant toute sa chaîne de distribution autour d'un extranet mondial. Les logiques sont encore un peu étanches.

Un Internet du pauvre se forme, qui introduit des questions de seuil. Dans cette course à l'excellence, la position de la francophonie est importante, car le site web en français n'est pas le plus compétitif. La France ne manque pourtant pas de savoir-faire dans le domaine des jeux vidéo, premier média français, de la puce électronique (Gemplus) mais le haut débit conditionne la production Internet.

Sur certains sujets sensibles, la télémétrie deviendra stratégique. C'est pourquoi il faut savoir quelle société de l'information on voudrait. Le haut débit est passé inaperçu dans la campagne présidentielle, mais il a accompagné les élections législatives. Il est une revendication car une nécessité opérationnelle déploie la densité de création de sites Internet ou d'autres actes internautes. Pour cette raison, on trouve davantage de sites à propos des Trois Vallées que d'autres zones urbaines.

Michel Sivignon : Je me place au degré zéro de l'Internet (je me sers principalement du courrier) où je distingue le mélange de tout et de son contraire. On se préoccupe vaguement du client, donc pour qui est le progrès ? Pour l'administration des impôts qui n'a plus à saisir notre formulaire. En dépit des discours optimistes qui ont existé, je demande de juger sur pièces.

G.D. : Il y a une exception française où le pourcentage d'internautes est faible. L'expérience des Français s'est faite sur le lieu de travail, donc avec du haut débit. L'internaute domestique a connu des désillusions incontournables. La forme d'apprentissage est donc très particulière. Il s'est créé une demande pratique car les gens ont vu ce qu'ils pouvaient faire avec le haut débit.

B.C. : Le problème est de comprendre la manière dont les choses se déploient. Dans le débat sur le développement des nouvelles technologies, il y a ces enjeux d'acculturation et de simplification à comprendre. Les critères sociaux traditionnels sont insuffisants. Pour les services publics, il y a moins de temps à attendre sur Internet qu'au guichet. Le service rendu doit correspondre à des besoins identifiés de telle sorte que personne n'est maître de la façon dont les choses évoluent. La manière d'utiliser Internet est indépendante de notre volonté. Le développement du haut débit s'impose donc puisqu'une communauté produira de la richesse et du savoir. C'est une commande politique ambitieuse, surtout dans un espace flou. Seuls dix experts de sécurité sur les réseaux existent en France n'excluant pas une relative liberté. De plus, des problèmes locaux sont plus immédiats qu'Internet.

Le rôle de la D.A.T.A.R. n'est-il pas d'informatiser l'espace Internet étant donné qu'on ne peut pas accéder uniformément aux différents conseils généraux en tapant la même structure. Si

l'on tape [www.mairie-montpellier.fr](http://www.mairie-montpellier.fr), l'internaute peut se trouver confronté à la page d'une personne qui donne ses impressions sur la ville et non pas celle de la mairie.

B.C. : Taper [www.mairie-montpellier.fr](http://www.mairie-montpellier.fr) répond déjà à une logique d'internaute qui pense à propos d'un objet non identifié. Les moteurs de recherche, à quelques exceptions, sont exclusivement anglo-saxons. Celui qui a besoin du Conseil Général pour l'A.P.A. ou un autre service ne pense pas systématiquement [cg -numéro du département- .fr](http://cg-numéro-du-département.fr) L'intérêt d'Internet est d'avoir une réflexion du côté du concepteur du site. [cg](http://cg) est une idée simple du point de vue technocratique. L'utilisateur se demande lui comment il peut accéder à l'information. La contribution de la D.A.T.A.R. pour ces portails territoriaux est donc très faible. L'Etat n'est en effet pas calibré sur ce sujet. Cette réflexion n'a pas de fin. On veut concentrer les efforts sur certaines problématiques à partir de structures comme l'I.S.O.C. Avec une nomination réglée, un conflit apparaît dans la liberté de faire ou de ne pas faire et l'exemple des autres pays n'est pas applicable car les cultures sont différentes.

Gilles Fumey : Qu'en est-il du télétravail qui fut jadis l'un des atouts de la campagne, mais si j'écoute ce que vous affirmez, la campagne n'est pas le bon endroit, vue la faiblesse de la couverture haut-débit. Cela peut pourtant intéresser des personnes en bi-résidence...

G.D. : Tout dépend en fait du trafic. Si on garantit à un opérateur un trafic important, celui-ci déroulera un long câble. Le télétravail mérite une toute autre approche. Jusqu'en 1990, les effets des télécommunications étaient quasi-nuls pour les télétravailleurs. Les nouvelles technologies viennent faciliter ces travailleurs autonomes qui doivent savoir où s'installer.

B.C. : Le télétravail est un mythe des sociétés de l'information. Il ne suffit pas de réseaux pour le travail à distance. Le pari qu'on avait fait sur le télétravail n'était pas bon, car on n'a pas compris comment créer un travail ex nihilo. Un seul télécentre fonctionne en France dans l'agglomération de Grenoble qui n'a pas réussi à trouver le bon axe. Mais cet échec est une expérience intéressante ; c'est ainsi qu'on apprend.

Tous les problèmes que vous soulevez me font penser au Conseil Régional de Lorraine qui pensait avec l'autoroute A4 résoudre ses problèmes de communication, ce qui n'a jamais été suivi d'effets. Mais ne faut-il pas craindre une déculturation globale à cause d'une gestion politique à une plus vaste échelle que la France ?

B.C. : Les jeunes apprennent l'anglais sur Internet. Toutefois, la numérisation des ressources a un budget ridicule malgré des richesses incommensurables qu'on oublie, ce qui profite aux plus malins qui vendent des productions moins intelligentes. La présence en ligne de la culture française n'est pas dans les affaires cessantes des autorités. Il n'y a que quelques expérimentations à distance qui existent. De ce fait, on se trouve dans une logique de bonne volonté des hommes. Gabriel Dupuy ne se montre pas plus inquiet sur ce point-là. L'anglicisation n'est pas plus forte sur Internet que dans la vie courante. Le français est vigoureux, sauf par rapport au chinois. Les petites langues sont cajolées car c'est un moyen d'aboutir au client, donc il n'y a pas de laminage par l'anglais.

Gilles Fumey conclut sur le fait que ce café-géo a été le plus facile à organiser grâce... à Internet. Il espère qu'il a permis de rendre la D.A.T.A.R. moins "virtuelle", et qu'elle représentera encore moins qu'avant un placard de la République.

Compte-rendu : Laurent Choquereau (étudiant à Paris-IV)

© Les Cafés Géographiques - [cafe-geo.net](http://cafe-geo.net)