

Vélizy ou les premiers pas de la télématique grand public

Jean-Marie Charon, Eddy Cherki

Citer ce document / Cite this document :

Charon Jean-Marie, Cherki Eddy. Vélizy ou les premiers pas de la télématique grand public. In: Réseaux, volume 2, n°6, 1984. Videotex. pp. 49-68;

doi : 10.3406/reso.1984.1120

http://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1984_num_2_6_1120

Document généré le 07/06/2016

VELIZY

OU

LES PREMIERS PAS DE LA TELEMATIQUE GRAND PUBLIC

Jean-Marie CHARON

Eddy CHERKI

LES PROBLEMES DE L'EXPERIMENTATION

Le recours à la notion d'expérimentation sociale

Pour comprendre le recours à la notion d'expérimentation sociale dans la plupart des stratégies télématiques européennes, il faut partir de la conjoncture spécifique aux pays industrialisés. Ceux-ci connaissent une situation de crise qui tient pour une large part à la saturation et à l'essoufflement de secteurs d'activités sur lesquels s'était appuyée l'extraordinaire croissance des trente années de l'après guerre. Ils sont convaincus que les débouchés la "sortie de crise", comme disent certains, passent par un ensemble de technologies de pointe dont l'informatique, la télématique, les bio-technologies,... Pour autant il reste une énorme marge d'incertitude qui tient à l'extraordinaire distance que l'on connaît entre les principes, les potentialités de ces technologies et leur appropriation, leur diffusion effective dans la société. En matière d'électronique, d'informatique et de télématique, ce phénomène prend la forme suivante : on assiste à la constitution d'un potentiel considérable d'offre technique, mais qui porte surtout sur les composants. Au niveau des matériels ou des machines il se produit plutôt une sorte de flottement qui fait apparaître chacun d'eux comme une simple combinaison instable et provisoire de ces composants. Face à cette multiplication des machines : micro-ordinateurs, magnétoscopes, consoles de jeux vidéo, terminaux vidéotex, vidéodisques, télécopieurs, visiophones,... et donc à cette explosion de moyens de diffuser, traiter, exploiter,... des contenus culturels (au sens large), on assiste à la stagnation quantitative et encore plus qualitative de ceux-ci. Les secteurs producteurs de ces contenus offrent beaucoup plus le spectacle de réorganisations, de concentrations, de redéploiement visant à rationaliser les conditions de commercialisation de ces produits, que d'innovations, de création et de production propre dans le domaine culturel.

Concernant plus particulièrement la télématique et la micro-informatique domestique, il fallait faire éclater les marchés des produits informatiques et de télécommunication, même si ils jouissaient d'une progression importante. La solution qui s'est imposée aux industriels, comme aux états, lorsque ceux-ci jouent comme dans nombre de pays européens un rôle important dans la politique industrielle, consistait à faire sortir ces produits et ces applications des domaines de l'entreprise ou professionnels, pour les diffuser massivement dans le grand public. Toutefois tout le monde n'a pas les mêmes chances de réaliser ces objectifs. Les USA peuvent s'appuyer simultanément sur leur avance technologique, la puissance d'entreprises comme IBM, ATT,... et le potentiel de production de leur industrie du contenu (cinéma, audiovisuel, banques de données...). Le Japon peut miser sur des créneaux disponibles et accessibles à son puissant secteur de l'électronique grand public, dans lequel il a atteint les meilleurs niveaux de productivité. En revanche les pays européens, et tout particulièrement la France accusent un retard évident. Leur maîtrise technologique notamment en informatique de pointe est insuffisante. Leurs entreprises n'ont pas atteint la taille critique pour pouvoir jouer un rôle au niveau mondial. Leur production de contenus est limitée et souvent dépendante des Etats-Unis.

La tentation est alors grande, de voir les gouvernements eux-mêmes en s'appuyant sur leur capacité à mobiliser les capitaux, les industriels et parfois des marchés plus ou moins captifs..., s'engager dans des stratégies très volontaristes, visant à contrecarrer ou à contenir les déséquilibres vis-à-vis de la concurrence américaine ou japonaise. En ce qui concerne la télématique, les gouvernements pouvaient utiliser à plein l'opportunité de leur monopole sur le secteur des télécommunications. Inaugurée en Angleterre avec le lancement de Prestel par le British Post

Office, suivie par la plupart des pays européens industrialisés, c'est en France que cette stratégie va prendre sa forme limite avec la diffusion par l'état lui-même, gratuitement, du minitel au travers du remplacement de l'annuaire téléphonique en papier, par un annuaire électronique. Les avantages d'une telle démarche sont évidents. Outre la concentration des moyens nationaux sur quelques objectifs, ils permettent de socialiser les risques et de garantir ainsi des industries fragiles, contre les incertitudes, nombreuses, comme on vient de le voir. Ils permettent aussi de socialiser dans une certaine mesure, ou totalement dans le cas français, les conditions de la diffusion. Le résultat le plus immédiat est alors un raccourcissement maximum des délais entre la conception-mise au point et la diffusion de masse d'un produit. L'idéal est bien évidemment de pouvoir réaliser l'ensemble comme une continuité, sans rupture ou interruptions. Ainsi dans le cas français, en novembre 1978, on pouvait en même temps programmer les délais de mise au point, la réalisation d'une phase expérimentale, devant jouer le rôle de vitrine internationale pour les futures exportations, et l'installation de quelques 30 millions de terminaux pour 1990, à raison de 3 millions par an à partir de 1981 ! La production et l'installation massive des terminaux et réseaux peut ainsi précéder la constitution des usages, des marchés et même des contenus eux-mêmes, si l'on excepte celui de l'annuaire téléphonique.

Un problème reste bien sûr en suspend, celui de la légitimité des choix opérés par l'Etat. Comment vérifier la validité d'une option technologique, d'un type de matériel ou d'application, si ni le marché, ni les usages sociaux, ne peuvent apporter leur propre sanction. Les débats qui ont eu lieu à propos de l'annuaire électronique, en 1979 et 80, notamment entre la presse et la DGT, puis entre le parlement et le gouvernement, sont là pour montrer qu'en aucun cas (et c'est rassurant !) le maintien de l'activité industrielle, l'exportation de technologie françaises, ne confèrent une légitimité suffisante à l'installation dans chaque foyer français d'un terminal télématique. L'expérimentation sociale vient alors à point nommé, pour combler ce manque. Puisqu'il n'est pas possible de s'appuyer sur une demande s'exprimant sur un marché, puisqu'il n'existe pas encore d'usages sociaux de la technologie, on se livrera à l'expérimentation de celle-ci, en vraie grandeur, dans un cadre social représentatif de la société elle-même. L'expérimentation sociale sera donc une phase spécifique, où symboliquement chacun pourra observer, l'adaptation des produits aux usages, c'est-à-dire les prémisses de la socialisation de la technologie. En truffant cette expérimentation d'instruments "d'observation" et "d'évaluations" on confèrera une légitimité de type scientifique (par référence aux méthodes d'expérimentation dans les sciences exactes), à une démarche de pure politique industrielle, qui s'en trouvera ainsi au passage "désidéologisée". Vélizy, l'Ille-et-Vilaine, Biarritz, sont autant de phases spécifiques de la montée en charge des stratégies industrielles de la DGT, qui doivent conférer à celle-ci la légitimité, c'est-à-dire la preuve de la justesse des choix opérés au niveau technologique, concernant des applications grand public.

En réalité la notion d'expérimentation, de recherche, est dépossédée de tous son sens originel. Le seul problème devient en principe celui du rejet ou de l'acceptation du produit. Mais les conditions mêmes de l'expérimentation rendent très improbable le rejet et font perdre tout son sens à la notion d'échec. Prestel par exemple a pu ainsi connaître d'abord une réussite au niveau expérimental, puis quelques mois plus tard un échec cuisant, lors de sa commercialisation auprès du grand public. De la même manière, on assiste à un débat sans aucun débouché possible à propos des résultats quantitatifs de Vélizy. Pour les uns il s'agit d'un incontestable échec, pour les autres ils sont bons, et même plutôt "meilleurs que prévus". Cela n'a en fait aucune signification puisqu'il n'existe aucune référence, aucune hypothèse à confirmer et que les objectifs sont extrêmement flous. L'important est que l'expérimentation ait montré que les gens, des

usagers, des fournisseurs de contenus... peuvent se servir des matériels dont on a décidé quatre ans plus tôt la production et la diffusion massive. De ce point de vue il est possible de dire que plus le volontarisme est grand, plus le rôle de l'Etat est fort, et plus l'expérimentation sociale devient importante en tant que phase constitutive de la démarche industrielle. On peut à cet égard au delà des termes utilisés noter la différence existant avec les expérimentations aux USA, qui concernant des industriels et des entreprises de contenus, s'avèrent beaucoup plus légères et ne consistent en fait qu'en de simples tests de produits dans une logique de type, marketing.

L'expérimentation sociale à Vélizy

Dans un tel contexte l'expérimentation sociale ne pouvait conduire qu'à une multitude de flottements pour ceux qui allaient se voir confier la tâche de la réaliser. A un premier niveau ce phénomène apparaît clairement dans leur incapacité à se référer à des objectifs et donc à une définition commune de ce que devait être Vélizy. Pour Hervé Nora, alors responsable du "Service de la Télématique", siégeant à la fois au "comité de pilotage" et au "comité de direction" : "Vélizy devait être et ne pouvait être qu'une expérimentation sociale". François Henrot, Directeur des Affaires Commerciales et Télématiques, est quant à lui moins ambitieux puisqu'il déclare le 22 juillet 1980, devant le groupe de travail "Presse-administration sur la Télématique", qu'il s'agissait de "permettre aux candidats prestataires de service du vidéotex de juger du système, de maîtriser sa technique et de tester les conditions du marché potentiel (besoins, prix, conditions)". Plus modeste encore dans ses prétentions, "l'Equipe Projet" considère qu'il ne saurait être question d'une expérimentation sociale, ni même d'une évaluation du marché, tout au plus peut-on parler d'un test de "pré-développement". Mais au-delà de cette cacophonie extrêmement révélatrice et qui exprime bien les doutes, voire le malaise de ceux qui mettent en oeuvre concrètement cette stratégie télématique, ce qui compte en fait, va être ce que les principaux partenaires et intervenants voudront en faire, sur le moment, puis une fois son déroulement achevé. Pour les uns il est incontestable que l'on se tiendra à la notion d'expérimentation sociale et qu'on lui fera jouer à la demande sur un point ou sur un autre son rôle de légitimation. Pour d'autres il s'agira plutôt de tirer partie au maximum des conditions privilégiées de ce type d'opération, pour y faire passer un ensemble d'objectifs apparemment secondaires, mais tout à fait pertinents pour eux, en fonction de leur rôle ou de leur place dans le processus de diffusion de la technologie nouvelle. Il s'agira ainsi de rationaliser au maximum leur pratique, en profitant des financements, de la notoriété, de l'effet de vitrine,... exceptionnels qui caractérisent Vélizy. Pour l'observateur et ceux qui tentaient alors de faire de l'expérimentation un moment privilégié du débat sur les conditions de socialisation d'une technologie, ces pratiques "utilitaires" vont contribuer encore à obscurcir et augmenter l'ambiguïté de la dite expérimentation d'autant qu'ils ne disposaient au même moment d'aucun des moyens d'appréciation et d'évaluation qu'ils étaient en droit d'attendre.

En réalité pour la DGT, le qualitatif d'expérimental, aurait pu être remplacé par la simple notion d'exceptionnel. En matière de méthodes d'observations et d'évaluation, il y aura effectivement recours à des comptages automatiques, à des enquêtes par questionnaires (baromètres et omnibus)(1), à des études qualita-

(1) Les "baromètres" effectués par le Centre de Communication Avancée (CCA) s'apparentaient aux études du même nom, réalisées par cet organisme. Un ensemble de questions adaptées à Vélizy était administré à trois reprises sur un échantillon de 500 personnes ! Les baromètres constituaient à l'origine le principal élément du dispositif d'évaluation prévu par la DGT. Les enquêtes omnibus avaient lieu aussi en trois fois, auprès de 400 personnes et étaient constituées des questions de l'Administration et des fournisseurs de services, clients.

tives qui seront sensées fournir à l'administration et aux fournisseurs de contenus les indications dont ils ont besoin pour adapter leur pratique. Dans un premier temps ces résultats seront purement et simplement considérés comme confidentiels puis plus tard l'administration dans une logique qui tenait plus à la promotion, à une politique de vitrine, qu'à la recherche d'un contrôle social ou politique sur son activité, publiera des résultats partiels, noyés dans les textes de commentaires rédigés par les "expérimentateurs" eux-mêmes. Jamais le public, les grands partenaires sociaux, ni même les institutions chargées de contrôler ce type de démarches, telle que la Commission du Suivi des Expériences de Télématique Grand Public" n'auront accès aux sources mêmes, listings, études,... Jamais des observations et évaluations n'auront pu être menées complètement en dehors du contrôle et de la commande de l'Administration, contrairement par exemple à ce que l'on a pu observer en RFA, à propos du Bildschirmtext, où c'est le Parlement qui commanda à des centres de recherche indépendants (le Centre de Recherche Théodore Hertz, par exemple), la réalisation d'évaluations des expérimentations de Berlin et Dusseldorf.

Exceptionnelles, plutôt qu'expérimentales sont aussi les structures. C'est-à-dire que faute d'innover réellement en créant, comme au Canada, des cellules de pilotages originales dans lesquelles se retrouvent citoyens, élus, associations, universités, administrations,... la DGT s'est contenté de bricoler une organisation administrative ad hoc, l'Equipe Projet. Celle-ci est sans doute plus opérationnelle que les structures administratives classiques, mais elle ne déroge en rien aux sacro-saintes règles de confidentialité, d'obligation de réserve, de soumission à la hiérarchie administrative... Tout ce qui sera donc fait et transmis à l'extérieur de l'expérience de Vélizy, par l'Equipe Projet, sera donc soumis aux règles administratives classiques. La seule originalité du dispositif est la Commission du Suivi des Expériences Télématiques. Sa composition exprime bien une vocation de suivi et d'évaluation, en revanche le principe retenu de travail à huis clos et sa responsabilité devant le Ministre des Télécommunications et non le Parlement, marque là encore les limites de la conception de l'expérimentation sociale. Encore faut-il se souvenir qu'une telle Commission n'était aucunement prévue à l'origine et qu'elle est une concession du gouvernement, à la suite du débat houleux entretenu par la presse, puis le Parlement sur la télématique.

Exceptionnelles enfin plutôt qu'expérimentales sont les pratiques ou les mesures prises pour mener à bien l'opération Télétel 3V. Les utilisateurs bénéficieront de conditions d'installation à domicile tout à fait privilégiées : l'équipe de techniciens réalise les branchements, met en place le terminal, fait une démonstration du fonctionnement, présente quelques services disponibles à titre d'illustration, et laisse une documentation comprenant un index des services, un mode d'emploi,... Par la suite à leur demande, ils pourront de nouveau bénéficier de visites à domicile ou de réunions à plusieurs, où on leur présentera d'autres possibilités techniques du système, où on les aidera à compléter leur apprentissage, voire à surmonter des blocages...(1). Les tarifs qui leur sont faits sont eux-mêmes considérés comme exceptionnels, parce que sous-évalués. Exceptionnel aussi est le CITV, c'est-à-dire le centre serveur mis à la disposition des fournisseurs de services, alors que dans la démarche française ce sera à ces derniers d'acheter ou de louer leurs propres ressources informatiques. Exceptionnels sont les tarifs pratiqués sur le CITV. La gratuité peut même y être concédée pour les partenaires les plus faibles ou réputés insolubles comme les associations ou les municipalités. Des aides fournies ici et là permettent de mettre au point des logiciels,

(1) Il est à noter que parmi les bons utilisateurs de la messagerie, animateurs de groupes... tous ont au départ découvert et appris le fonctionnement de celle-ci dans de telles réunions.

des dialogues, des maquettes,... etc. Mais rien d'expérimental à proprement parler puisqu'à aucun moment on ne fera varier les hypothèses de travail, on ne mettra en question les règles de départ de l'opération qui préfigurent pour une grande part ce que l'on veut que soient les conditions de développement de la télématique à terme. On ne donnera même pas les moyens de favoriser une expression de créativité, de création, culturelle un peu gratuite, pouvant préfigurer un peu ce que pourraient être les formes et les structures d'une création spécifique à ce support. Non en réalité tout en ne pratiquant aucune vérité des contraintes économiques et commerciales, on les a suffisamment fait peser pour que grosso-modo rien ne sorte vraiment des grands rapports de forces politiques, économiques, culturels... Il faut dire que l'on s'était fixé pour objectif "de ne pas bouleverser ce qui existe".

Au delà des aspects exceptionnels, la réalité de Vélizy, ce seront ces stratégies de rationalisation sur lesquelles il est intéressant de revenir, afin de mieux comprendre comment et où sont et seront les apports effectifs de l'expérience Télétel 3V, notamment pour l'avenir du vidéotex. S'agissant d'une technologie encore mal maîtrisée, une première tendance pouvait conduire à considérer Vélizy comme un banc d'essai technique. Non pas que les dispositifs techniques, les matériels,... utilisés seront tous automatiquement diffusés dans la phase de développement, mais on s'emploie plutôt à rechercher les performances exactes de tel dispositif, le mode de résolution de telle question, les spécifications de tel logiciel ou de tel système d'interface... etc. C'est ainsi que l'on a pu se faire une idée plus précise du rapport à établir entre le nombre de terminaux installés et le nombre d'accès simultanés à prévoir sur un centre serveur ; que l'on a pu faire développer, puis produire des "boîtes noires" ou modems pour la compatibilité avec de petits systèmes informatiques ; ou encore des machines et programmes pour les interfaces avec les gros systèmes informatiques traditionnels tels que ceux des banques, de la vente par correspondance,... ; ou bien enfin pour ne citer que ces exemples, des terminaux de composition, adaptés aux besoins des fournisseurs de services. Il a été possible aussi de prendre conscience de quelques erreurs de conception et d'y remédier comme pour cette question des claviers d'abord présentés par ordre alphabétique et qui vont finalement revenir au système classique du AZERTY. Cette tendance à considérer Vélizy comme un banc d'essai technique, s'est vue confirmée, au moment où cloturant l'expérience Télétel 3V proprement dite, évitant toute rupture, on rebaptisa dès le début 1983, l'Equipe Projet et ses moyens techniques : Centre d'Etudes Techniques. Celui-ci bien que ne pouvant compter que sur des effectifs très allégés continua de rechercher des formules adaptées aux petits partenaires (avec l'opération "Télétel dans la Ville"), à faire évoluer et tester de nouvelles fonctionnalités pour la messagerie... les usagers semblant quant à eux ne pas remarquer la différence.

La seconde tendance fut de considérer Vélizy comme un banc d'essais pour les services. Nombre de fournisseurs de contenus ont d'abord testés ce que l'on pourrait appeler des maquettes. Puis ils les ont enrichies, opérant toutes les adaptations qui leur étaient notamment suggérées par les résultats quantitatifs et surtout ces précieuses réunions avec les utilisateurs au cours desquelles ceux-ci leur faisaient part de leurs critiques, voire même de propositions d'améliorations. Pour ne citer que lui, le Parisien Libéré fit évoluer de nombreuses fois sa formule, son écriture, sa présentation, créa des rubriques, en retira lorsque celles-ci n'étaient pas appréciées par les utilisateurs... C'est ainsi que la plupart des banques, des entreprises de Vente par Correspondance, des entreprises de presse... vont pouvoir du jour au lendemain faire passer leur service de Vélizy, au réseau de vidéotex grand public.

Pour les fournisseurs de contenus et les sociétés de services (SSCI) l'apport de Vélizy, ne se limite pas à la mise au point de leurs produits, une troisième tendance, va être d'en faire une vitrine ou un tremplin pour la promotion. Au travers des comptes rendus que vont pouvoir en faire les médias grand public, comme la presse spécialisée, des services vont être connus et des réputations vont se faire, y compris auprès de clientèles d'utilisateurs, ou de futurs fournisseurs de contenus qui pourtant n'auront jamais accédé au système de Vélizy. Ce phénomène va être d'autant plus fort dans une phase initiale où l'ensemble des partenaires seront désorientés, et renforcera encore une prime à la notoriété du fournisseur de contenu ou de la SSCI, déjà remarquée au cours de l'expérience. C'est sans aucun doute par ce biais que l'influence de "l'expérimentation" de Vélizy, sur le développement ultérieur du vidéotex est la plus grande, mais aussi la plus incidieuse, parce que non perceptible en tant que tel. Sans que le phénomène ne soit vraiment abordé, c'est bien à l'émergence d'un véritable milieu de professionnels et de spécialistes du vidéotex, à laquelle on assiste. Des ingénieurs de la DGT qui ont eu à voir avec Téletel 3V, créent leur société de service en télématique. Des journaux ou sociétés de communication (PL, ODA,...) ont constitué également des sociétés de service en vidéotex (SCESI,...). Des journalistes qui ont travaillé au sein du CTIR sur JEF ont lancé leur propre publication vidéotex (Mado, Médiastar Magazine) ou leur société de prestation de services. D'anciens peintres, dessinateurs, graphistes, sont devenus des graphistes en télématique et ont parfois créé des entreprises réalisant des prestations pour les différents fournisseurs de contenus ou des SSCI. Des utilisateurs mêmes, ont pu devenir journalistes spécialisés ou experts en vidéotex... Ceci toutefois n'est souvent qu'anecdotique et ne constitue que l'écume d'une vague beaucoup plus importante dominée : par la mutation de nombre de SSCI en société de service en télématique, de nombre de fournisseurs de contenus de Vélizy en éditeurs électroniques ou fournisseurs de services sur le réseau de vidéotex professionnel ou grand public... ; et par l'apparition d'une multitude de nouvelles fonctions telles que celles d'éditeurs d'annuaires et modes d'emplois de services vidéotex, de centres serveurs proposant des hébergements aux candidats fournisseurs de contenus,... etc.

Enfin il est possible de considérer que plus qu'une expérimentation Vélizy est l'un des premiers lieux où les différents intervenants de la télématique (décideurs, DGT, fournisseurs d'informations, SSCI, acteurs locaux (1), utilisateurs) sont engagés dans un processus d'apprentissage qui met en cause une multitude de dimensions institutionnelles, politiques, culturelles, sociales,...etc. La DGT, par exemple, a dû apprendre à travailler avec des acteurs économiques, sociaux, culturels ou politiques, qui n'avaient rien à voir avec ses interlocuteurs habituels. Elle a dû accepter de négocier au jour le jour avec une organisation collective des fournisseurs de contenus, l'APST. Elle a dû comprendre que les contraintes propres d'une intervention au sein d'une société locale. De leur côté les fournisseurs de contenus ont découvert le média et ses utilisations. Mais en réalité pour la plupart d'entre eux il a fallu qu'ils fassent le point sur leur politique de communication et de promotion. Ils se sont habitués à travailler dans un cadre commun alors qu'ils sont de nature très différente (entreprises, collectivités locales, associations, administrations,...). Ils se sont familiarisés au contact direct avec les utilisateurs. Chacun a dû passer rapidement d'une idée de service frustré, à la définition de produits dont les contenus et les formes sont très

(1) Cf. L'analyse de la pratique des différents partenaires locaux de l'expérience de Vélizy in : "Le vidéotex : un média local ? Enquête sur l'expérimentation de Vélizy" Jean Marie Charon et Eddy Cherki ; rapport Offset CEMS et MUL. 1983.

évolutifs. Des questions délicates se sont fait jour, tels que les rapports entre municipalités et associations, presse locale et acteurs locaux (1)... Enfin pour les utilisateurs, pour ne se limiter qu'à quelques exemples, au delà de l'accès à un nouveau média, qui était souvent au départ surtout un symbole de modernité, il se produit au jour le jour une initiation aux possibilités et aux limites de vidéotex. La messagerie devient un service-clé qui permet d'accéder à un rôle tout à la fois actif, créatif, collectif et surtout non prévu par les promoteurs. Et, même si ces candidats à l'expérimentation n'avaient pas eu l'idée au départ de se regrouper ou s'organiser, ils ont fait le choix depuis, de créer deux associations d'utilisateurs, l'AATEL et l'ATED, permettant de faire entendre leur voix.

Vélizy et le débat social

Plus d'un an après que Télétel 3V ait pris fin, deux constats s'imposent quant au débat social sur cette technologie nouvelle qu'est la télématique : d'une part l'expérimentation elle-même, contrairement aux attentes, n'a suscité que fort peu de discussions et de réflexions de fond ; d'autre part personne ne s'est élevé et ne semble s'être réellement ému, face à l'absence de bilan systématique, proposé par la DGT. Il y a bien sûr une couverture régulière de l'évènement par les médias. Il ne s'agissait toutefois que de successions d'articles ou d'émissions, traités selon les modes journalistiques les plus classiques : description de l'expérience, notamment de ses aspects techniques, restitution de l'ambiance avec des entretiens auprès d'usagers, de fournisseurs de contenus..., publication de quelques informations "confidentielles" (2), qui ne l'étaient d'ailleurs que par la pratique même de la DGT consistant à ne fournir aux observateurs que des données rares et complètement dégérées, plutôt que de leur donner un véritable accès aux moyens et aux données d'observation et d'évaluation.

Un débat a bien eu lieu, et se poursuit. Il concerne plutôt la télématique en général, celle-ci étant d'ailleurs la plupart du temps réintégrée dans des thèmes beaucoup plus larges tels que ceux de l'informatisation de la société ou de la nouvelle communication audiovisuelle. Un tel phénomène est sans doute conforme aux sensibilités actuelles des principaux acteurs sociaux. Il est bénéfique sur certains aspects de la réflexion concernant la télématique, dans la mesure où il décroïssonne des questions qui avaient souvent été artificiellement confinées à l'intérieur des frontières de chaque technologie : micro-informatique, vidéotex, audiovisuel, vidéocommunication... Mais cela comporte aussi des aspects très négatifs, dans la mesure où la spécificité des problèmes posés par cette technologie et des conditions de sa socialisation tend à être gommée ou noyée dans des débats beaucoup plus généraux. L'exemple de la discussion parlementaire de la loi sur "La communication audiovisuelle" a été de ce point de vue sans équivoque, puisque les articles concernant le vidéotex ont à peine retenu l'attention des élus, alors même qu'ils se livraient à des affrontements démesurés sur les questions beaucoup plus classiques de radio et de télévision. Cela peut conduire dans certains domaines à masquer des choix implicites qui ont pu être effectués concernant les applications du vidéotex dans un secteur. Dans l'enseignement par exemple, télématique et informatique sont traités conjointement pour ne plus être abordés qu'au travers des notions d'enseignement assisté par

(1) idem et "Quelle place pour les associations dans les réseaux de télématique locale ?" de JM. Charon in Bulletin de l'IDATE n°12 Juillet 1983.

(2) surtout des statistiques de consultations et des hit parades entre les services, qui en eux-mêmes n'apportent pas grand chose à la compréhension des problèmes posés dans l'expérimentation du vidéotex, et confortent une approche de type marketing.

ordinateur ou de banque de données. Il est alors difficile de percevoir que l'on a rejeté de fait, des applications spécifiquement télématiques, concernant des projets basés sur la notion de réseau, d'échanges de travaux, d'élaboration collective, de collaboration entre partenaires éducatifs diversifiés (écoles, associations, entreprises,...), au profit des cadres pédagogiques et des établissements scolaires.

D'une manière générale dans le débat sur la télématique, dont le temps fort se situe de 1979 à 1981, Vélizy ne fut qu'un prétexte, mais jamais un véritable objet ou un lieu d'alimentation des réflexions. Pour les opposants à la politique télématique de la DGT, l'expérience Télétel 3V était déqualifiée a priori, par le manque de pertinence de sa population échantillon, des services proposés, de son mode d'évaluation...etc. Quant à ses partisans ils ne surent jamais en tirer vraiment parti, parce que uniquement motivés par une approche de type promotionnelle.

Concernant les caractéristiques de ce débat proprement dit, il faut d'abord constater qu'il est surtout nourri d'opportunités tactiques pour des acteurs sociaux, tels que la presse, le parlement, l'Etat,... Chacun d'entre eux abandonnera purement et simplement la partie dès que ses objectifs seront atteints. On peut de ce point de vue distinguer deux grandes périodes : la première surtout animée par la presse et les parlementaires est dominée par une tentative d'interpellation critique du volontarisme technologique de la DGT et de l'Etat. Elle s'achève en fin 1981. La seconde qui s'engage dès 1982, donne une large place à une pédagogie, visant à diffuser une nouvelle culture technique. Elle sera reprise par les grandes associations, les collectivités locales, les administrations ou les organismes ayant à voir avec l'innovation technologique ou la communication (CESTA, CCI, CIC, ADI,...).

Sans prétendre à l'exhaustivité, il est possible de présenter quelques éléments de ce débat. Il a pris son essor à partir du conflit opposant la presse à la DGT et au gouvernement, de 1979 à 1980. Les journaux eux-mêmes vont se trouver divisés, et trois tendances joueront tour à tour un rôle dans la maturation du débat sur la télématique. Celle dont on retient surtout les propos, parce qu'ils manifestèrent une attitude de défiance radicale vis-à-vis de la politique de la DGT, s'est surtout situé au niveau des principes et des grands problèmes de société (centralisation, poids de la technocratie, rôle de l'Etat dans le système d'information, déstabilisation du secteur de l'information et plus particulièrement de la presse, pluralisme et indépendance de la presse,... etc). A l'opposé une sensibilité beaucoup plus conciliante et ouverte à une démarche d'expérimentation en matière de technologie nouvelle, s'attachait surtout à la critique des modalités concrètes proposées par la DGT et s'employait à définir les conditions dans lesquelles une démarche d'innovation, de mutation technologique, pouvait être menée sans déstabiliser les secteurs les plus fragiles et les plus stratégiques de la structure sociale (information, production culturelle, éducation,...). Lorsque durant l'été puis l'automne 80, les parlementaires prirent le relai, le débat reposa sur quelques figures marquantes dont certaines étaient connues pour leur sensibilité aux questions de presse (R.A. Vivien, B. Gros) ou aux questions de nouvelles technologies de communication (M. Noir, R. Pesce, JM. Rausch, L. Perrein,...). Les questions qui furent alors soulevées reprenaient simplement la problématique de la presse (R.A. Vivien) ou tentaient de poser les problèmes politiques, sociaux, culturels de l'introduction de la nouvelle technologie dans un contexte de volontarisme outrancier de la DGT et de l'Etat (surtout M. Noir et R. Pesce à l'Assemblée Nationale et dans la grande presse). Une fois les engagements pris en novembre 80, par le gouvernement d'appliquer un code de déontologie précis pendant les expériences, de créer une Commission du Suivi des Expériences de Télématique Grand Public, puis d'organiser un débat parlementaire en 1982 (il n'a toujours

pas eu lieu !)... les élus, comme la presse, délaissèrent ce débat. Des propositions législatives telles que celles de L. Perrein et R. Pontillon (sénateurs du PS) de créer un "Conseil supérieur de la Télématique" furent purement et simplement oubliées. L'essentiel du débat sur la télématique semblait épuisé, puisqu'il ne restait alors que les soubresauts d'une polémique de spécialistes, animée principalement par Bruno Lussato, autour des choix entre privatisé et télématique, "petit chaudron et gros chaudron" (1), autrement dit entre petits systèmes, autonomes, souples,... et grands systèmes télématiques centralisés et finalement fragiles.

Pourtant d'autres phénomènes plus modestes s'engageaient. Parmi eux une rencontre intitulée "L'informatisation contre la société ?" était organisée par des revues écologiques, féministes, politiques d'extrême gauche... et donnait naissance à un mouvement intitulé "Centre d'Information et d'Initiative sur l'Informatisation" (CIII) qui publiera bientôt un mensuel : "Terminal 19/84". Dans les thèmes traités par celui-ci les questions d'informatique et de liberté, informatique et travail,... dominent, toutefois une place plus importante est donnée à la télématique grand public depuis 1982 et 1983. Mis à part cet acteur marginal, mais ayant une action permanente, des initiatives se sont multipliées venant d'organisations de consommateurs, de syndicats, de fédérations associatives... Elles visent à publier des dossiers ou à organiser des journées d'étude sur la télématique. Elles ont toutefois le gros défaut de n'être que très épisodiques. Elles ne concernent que peu de militants ou permanents et surtout s'empêchent de plus en plus dans un rôle de simple information-formation aux rudiments de cette technologie, renonçant de fait aux débats d'idées ou réflexions de fond qu'elles auraient pu susciter.

On touche ainsi à ce qui constitue l'essentiel du débat télématique depuis 1982. Des colloques, des réunions de toutes sortes, des émissions de télévision et de radios, des articles de journaux,...etc, se multiplient. Collectivités locales, grandes fédérations associatives, élus, mouvements culturels,... ont tous tendance à transformer la discussion en une simple pédagogie des nouvelles technologies, de la culture industrielle et technique nouvelle en invention, ou en une auto-promotion d'initiatives prises par différents acteurs sociaux dans le domaine du vidéotex, de la micro-informatique, du câble... Le colloque organisé par le CITEL, en mai 1982, sur le thème "Politiques locales et communication" (2) en fut un bon exemple, dans la mesure où concernant le vidéotex il se limita à une succession d'exposés d'expérimentateurs, voire de sociétés de services, présentant chacun leur propre démarche, sans véritable prise de distance critique.

Jusqu'à 1982, tout le monde s'accordait pour considérer que le débat social sur la télématique ne pouvait avoir réellement lieu, tant le décalage entre le rythme très rapide de la technique et celui nécessairement plus lent du social était grand. Rodolphe Pesce en tant que parlementaire s'inquiétait ainsi que la "technique" ait pris une avance considérable sur la réflexion politique. Mais il n'était pas question pour Gérard Théry d'attendre, qu'une fois de plus "on cuise et recuise les questions", pour s'engager dans la diffusion massive du vidéotex. A partir de 1982, le débat social devint tout aussi difficile à tenir, mais pour de toutes autres raisons : les acteurs sociaux étaient désormais trop engagés dans l'intégration du vidéotex dans leurs propres stratégies pour que l'on puisse

(1) B. Lussato : le défi informatique.

(2) Le Centre International des Techniques d'Expressions Locales est une association de communes, créée à l'initiative de Francis le Blé, maire de Brest, en avril 1981.

encore prendre le temps de discuter de la pertinence des choix en la matière et encore plus des problèmes de fond que pose la diffusion massive de cette technologie. Une nouvelle idéologie de la mutation technique et de la nouvelle culture à produire était devenue le "crédo" des décideurs et l'objet d'un consensus social très large.

L'absence de bilan réel de Vélizy de la part de la DGT. Le fait que l'on ne suscite aucune discussion autour des résultats et de l'expérimentation, qu'il n'y ait eu en décembre 82, ni articles de journaux, ni émissions de télévision, ni colloque, ni réunions de travail... marquant l'arrêt officiel de Télétel 3V, pouvait alors passer inaperçu et tout à fait acceptable, pour les partenaires du débat puisque désormais les problèmes étaient ailleurs, les questions résolues avant même d'avoir été analysées... Le problème de l'absence de bilan et de débat sur Vélizy peut bien sûr être abordé au niveau des principes politiques, institutionnels qu'ils posent. Quelles sont dans ces conditions les moyens de contrôle et d'évaluation des politiques et choix opérés en matière de technologies nouvelles, pour le parlement, les grands partenaires sociaux et à plus forte raison de grand public ? Mais c'est surtout au niveau de l'avenir de la télématique qu'il faut s'interroger. A partir du moment où il n'y a pas de bilan officiel, il ne peut pas non plus y avoir de débat sur les problèmes politiques, culturels, sociaux, économiques qui finalement se dégagent de l'expérience de Vélizy. Il ne reste plus alors qu'une multiplicité de "bilans", "leçons", "acquis",... non contrôlés de ce qui s'est passé : Des sociétés de service, des fournisseurs de contenus, des bureaux d'études, des "experts",... ont leur "connaissance" ou "compétence" de Vélizy et peuvent s'en revendiquer partout où l'on se propose de développer le vidéotex.

VELIZY ET LA GENERALISATION DU VIDEOTEX

Alors même que l'expérience de Vélizy se poursuivait, et largement en contradiction vis-à-vis des engagements pris devant le Parlement en Novembre 80, des projets et des débuts de développement se mettaient en place dans différentes régions : Picardie, Lorraine, Alsace, Provence Côte d'Azur, Midi Pyrénées,... etc. Certains visaient à recevoir immédiatement l'annuaire électronique et donc à développer immédiatement une démarche grand public. D'autres au contraire limitaient leurs initiatives à des secteurs ou des applications assez circonscrits : information municipale (Taverny, Besançon, Brest,...) dans la filiation de Nantes et Grenoble, services en lieux spécialisés (télémediathèque de Bordeaux, services économiques et industriels dans les CCI avec la Nouvelle République du Centre Ouest (Tours),...), et préféraient ainsi acquérir un savoir-faire, avant de se lancer dans l'aventure de la généralisation. A entendre la plupart des promoteurs de ces projets en 1982 puis 1983, il ne devait y avoir que fort peu de rapport entre leurs applications vidéotex et ce qui avait pu être fait à Vélizy. Après la vitrine, la futilité, le gadget ou les uniques préoccupations mercantiles, on allait enfin assister à la rencontre entre la nouvelle technologie et la société réelle ! Puis, après un temps de mise au point souvent beaucoup plus long que prévu, les premiers services se sont ouverts, tout au long de 1983, que ce soit en Ile de France, Picardie, Provence Côte d'Azur, premières zones de diffusion de l'annuaire... et que vit-on ? Vélizy que l'on avait tant décrié, à qui l'on avait a priori dénié toute capacité à être une référence ou une source de réflexion pour savoir ce qui devait-pouvait être fait, réapparaissait partout, mais sans que cela fut conscient, et sous des aspects que l'on n'attendait peut-être pas. L'analyse qui vient d'être faite sur la nature de l'expérimentation de Télétel 3V, se trouvait ainsi confirmée : la véritable efficacité et nature de Vélizy était bien son rôle de banc d'essai et de tremplin pour des applications, des acteurs, qui avaient su trouver immédiatement leur place, partout où le vidéotex faisait son apparition.

La question du rapport qu'entretient Télétel 3V avec la généralisation du vidéotex mérite alors d'être abordée en tant que telle, comme conclusion à l'analyse de cette "expérimentation". Il apparaît qu'elle peut être située à plusieurs niveaux, certes très distincts et très inégaux quant à leur impact social, mais qui méritent d'être évoqués : Télétel 3V et le développement des nouveaux médias dans la région de Versailles-Vélizy ; Télétel 3V et les acteurs de la généralisation du vidéotex dans les régions ;...

Télétel 3V dans la région de Versailles-Vélizy

L'influence de Télétel 3V dans la région de Versailles-Vélizy s'avère extrêmement paradoxale. D'un côté le mode d'annonce de l'expérience (1), les difficultés des négociations avec Toutes les Nouvelles de Versailles (2),... ont laissé des séquelles qui s'expriment aujourd'hui encore par l'absence du Conseil Général et de l'hebdomadaire versaillais, la réserve de la Chambre de Commerce et de l'Industrie, la lenteur de Versailles à prendre des décisions concernant l'adoption de moyens techniques autonomes... Et puis il y a tous les déçus : Ceux qui tel Versailles Jeunesse bien que motivés par le nouveau média, ont dû abandonner sous la pression de leur tutelle municipale. Ceux qui pensaient comme certaines associations ou les petites communes de la Vallée de la Bièvre qu'un peu de bonne volonté suffirait et qui se sont fatigués devant les difficultés rencontrées. Et depuis quelques semaines, ces "privilegiés" des groupes de messagerie, qui au terme de deux ans et demi d'une pratique conviviale du nouveau support, apprennent que tout va s'arrêter et qu'il n'existe rien, ni personne pour leur permettre de continuer... Car c'est bien là le mode d'expression le plus cru de cet aspect négatif du rôle de Télétel 3V sur la région. Les Yvelines, la zone d'expérimentation, se retrouvent aujourd'hui sans aucun système autonome vis-à-vis du CITV, sans candidature pour avoir l'annuaire électronique... Il existe donc un risque d'absence totale de relai local entre l'expérience et l'avenir du vidéotex.

En même temps la région de Versailles-Vélizy, au sens large (jusqu'à Boulogne, Saint-Germain,...), est extrêmement mûre dans son approche du vidéotex et plus globalement du nouveau champ de la communication et Télétel 3V y a largement contribué. En matière de Vidéotex, Versailles et Vélizy, ne se sont pas hâtées d'acquérir leur centre serveur, leurs logiciels,..., mais en même temps elles ont étudié longuement ceux-ci, elles ont mis au point et fait évoluer un service, qui a même pris la dimension du quartier grâce à l'opération "Télétel dans la Ville". Elles disposent ainsi de cellules d'information compétentes dans ce domaine. Elles savent mieux que quiconque ce que sont les problèmes posés par une généralisation de ce type d'application et recherchent les partenaires qui permettraient de les résoudre au mieux (autres communes, Conseil Général,...). De la même façon Yveline Information Jeunesse (3) a pu développer un système d'échange d'informations dans 20 de ses antennes, sur tout le département. Ses responsables travaillent sur des solutions techniques qui leur fourniraient là aussi leur autonomie, tout en leur permettant de jouer un rôle auprès des associations qui sont moins avancées ou ont moins de moyens. Le Conseil Général lui-même a multiplié les missions d'étude, notamment auprès de Yveline Information Jeunesse, afin de mieux cerner ce que pourrait être sa démarche en cas de généralisation. Et c'est maintenant avec une approche très réaliste qu'il tranchera afin de demander ou non l'Annuaire électronique pour 1984. En tout

(1) Cf. JM. Charon et E. cherki : Le vidéotex : un nouveau média local ? p.27...

(2) Cf. idem p.44 à 49.

(3) JM. Charon et E. Cherki. idem p.97...

état de cause une multiplicité de communes (Boulognes, Saint-Cloud,...) se réfèrent déjà à Vélizy, pour aborder la question de leur participation au vidéotex. Et c'est bien ce qui est le rôle le plus important de Télétel 3V, vis-à-vis de cette région de l'ouest parisien : Versailles et Vélizy, Yveline Information Jeunesse, le Parisien Libéré, des PME et artisans participant à l'opération "Télétel dans la ville", des groupes de messagerie, les deux associations d'utilisateurs,... sont devenus des relais locaux, efficaces, du développement du vidéotex. Ils prennent des initiatives, formulent des demandes,... qui s'adressent à de nombreux partenaires qui jusqu'à maintenant n'ont pas eu l'occasion ou même l'idée de se lancer sur le nouveau média. A l'inverse ceux qui ont des projets, qui s'engagent dans une réalisation, peuvent s'adresser à l'institution, à l'entreprise, à l'homme, qu'il s'agisse d'un maire, d'un militant associatif,...etc, qu'ils connaissent, en qui ils ont confiance,... afin de lui demander un conseil, une aide, une collaboration.

Vis-à-vis de l'ensemble du champ de la communication, il semble possible d'avancer que Télétel 3V, a joué deux rôles complémentaires, pour la région de Versailles-Vélizy. Le premier concerne, ceux qui, comme Toutes les Nouvelles de Versailles, ont ressenti l'arrivée de Télétel 3V, comme une concurrence, voire une menace pour leur existence. Pour eux l'expérimentation de Vélizy a constitué un aiguillon qui les a obligé à définir rapidement une stratégie vis-à-vis du nouveau champ de la communication. Toutes les possibilités furent envisagées. Un examen des potentialités réelles de chaque support, vis-à-vis de clientèles bien spécifiques, en fonction de ressources précises, fut réalisé. Il s'est traduit par l'affirmation d'une volonté de diversification multi-média, prenant sa forme initiale dans la création d'une radio locale, Canal Vidéo Stéréo (CVS), qui recueille grâce à sa forme très professionnelle et son ancrage dans le tissu social versaillais, un succès immédiat. Mais au-delà de celui-ci l'important est qu'une structure spécifique de communication ait été mise en place : Toutes les Nouvelles de Versailles et son directeur Roland Faure ont constitué un noyau de professionnel de la radio et même de l'audiovisuel, des partenaires associatifs, municipaux, privés, se sont regroupés pour financer et collaborer à ce nouveau média. Cette même structure, avec un nouveau partenaire de poids (Jean-Charles Edeline) se prépare maintenant au pari de la télévision locale et il est probable que le moment venu (une fois la diffusion de l'annuaire électronique réalisée) elle ne laissera pas non plus sa place sur le vidéotex. Le second rôle de Télétel 3V se manifeste chez les acteurs locaux qui ont voulu s'approprier le vidéotex (Vélizy, Versailles, Yveline Information Jeunesse,...), bien qu'au départ rien ne les prédisposait réellement à innover en matière d'informatique ou de communication. Il concerne ce que l'on pourrait appeler une "pédagogie de l'information et de la communication". Pour réaliser leur service vidéotex, ces acteurs sont obligés d'apprendre à gérer une communication médiatisée. Cet apprentissage dépasse le cadre strict du vidéotex, mais ce dernier devient le catalyseur d'une nouvelle approche, plus globale, cohérente, professionnelle de l'ensemble des moyens d'information et de communication. Ces acteurs locaux peuvent ainsi aborder ensuite avec beaucoup plus de sérénité et de pertinence les radios locales la télévision,... en tentant d'y associer des partenaires plus nombreux, qui jusqu'à maintenant s'étaient tenus à l'écart de la communication. Si Télétel 3V a pu produire ce noyau d'acteurs locaux, qui eux-mêmes sont devenus un pôle de développement potentiel des nouveaux moyens de communication de cet ouest parisien, c'est que le vidéotex les a obligé à dépasser leur pratique d'information traditionnelle, pour penser une politique d'information et de communication. A ce niveau ce n'est pas la spécificité du support qui est en cause, mais simplement le fait que c'est par lui que la communication et l'information médiatisée sont découvertes par les élus, les militants, les habitants...etc. En revanche le vidéotex revêt deux caractéristiques qui lui sont propres et qui paraissent

accentuer son caractère pédagogique. Par sa nature ce support exige une organisation, un traitement, un mode d'exposition extrêmement rationnel et hiérarchisé, qui ne peut être obtenu qu'au travers un travail et une maîtrise approfondie de ce qu'est l'information ou la communication pour l'acteur local qui réalise ce service. L'échec des petites communes et des associations se situe d'ailleurs directement à ce niveau, plutôt qu'à celui du manque de moyens techniques... Pour entretenir un service vidéotex efficient il est obligatoire d'avoir défini préalablement une démarche ou une politique d'information et de communication, celle-ci se répercutant tout à fait naturellement sur les anciens supports (bulletins municipaux, affichages,...) et sur les nouveaux médias. Télétel 3V, a en outre mis en évidence une seconde caractéristique du vidéotex : même si il peut supporter des jeux, des animations... ceux-ci sont limités au regard des ressources de la radio, de la télévision, du journal et même du micro-ordinateur (1). Finalement ce support nécessite une concentration sur la seule information-communication. Il n'est donc pas possible comme pour les radios ou télévisions locales de miser sur l'animation, la distraction,... afin de faire passer quasiment marginalement l'information. Sur le vidéotex celle-ci est première et quasiment exclusive. Il faut donc là encore pour réussir, que soit défini a priori la démarche de communication, et l'exemple de Versailles-Vélizy, leur mode d'approche, leur sensibilité spécifiques à certains thèmes ou dimensions... apparaissent dès aujourd'hui influencer directement les nouveaux postulants, du vidéotex et des nouveaux médias.

Télétel 3V et la généralisation du vidéotex dans les régions

DGT et partenaires de ces "consensus locaux" (pour demander l'annuaire électronique), tous étaient d'accord sur un point : "on ne referait pas Vélizy". Il n'était plus question du côté de l'administration d'intervenir sur le mode de définition de la clientèle et encore moins sur les fournisseurs de contenus et leurs programmes. Les notions de "serveurs locaux" et de "télématique régionale" avec ce qu'elles supposaient de réinvestissement de la connaissance des populations locales par les journaux, les élus, les acteurs économiques... garantissaient que sur le plan du contenu et de la conception du média, il n'y aurait que peu de rapport avec Télétel 3V. Les six premiers mois d'ouverture de services grand public en Picardie, Ile de France et Provence Côte d'Azur, montrent que la réalité est différente et que tant au point de vue des télécommunications, que des promoteurs de services et finalement de la nature des contenus eux-mêmes, les premiers pas de la télématique grand public ressemblent décidément beaucoup à Vélizy et que plus que d'un choix délibéré, cela résulte de la pratique implicite des principaux partenaires : DGT, SSCI, fournisseurs de contenus, acteurs locaux...

Les Directions Régionales des Télécommunications (DRT) sont dotées de "Missions Télématiques", dont les rôles et les moyens sont bien sûr éloignés de ceux de l'Equipe Projet de Vélizy. Il n'empêche que le recours à la notion de "consensus régional" a conduit à des regroupements puissants : Conseil Régional de Picardie et Courrier Picard, appuyés par des administrations et collectivités locales ; communes des Hauts de Seine, ville de Paris, Parisien Libéré,... en Ile de France ; Conseil Régional, ville de Marseilles et nombre de cités alentours. La marseillaise regroupée avec des associations et organismes mutualiste... Ceux-ci expriment une multiplicité de demandes en matière de priorités d'installation, de subventions

(1) Cf. l'étude de Ph. Mallein, Y. Toussaint, M. Bydlowsky : "Télétel 3V, les adolescents et leur famille" IREP-CEPS. Rapport Offest Janvier 1984.

de systèmes de tarification (réseau commuté ou Transpac, fonction kiosque...)(1), d'aides techniques ou humaines diverses... qui exigent que Directeurs Régionaux d'un côté et Missions télématiques de l'autre soient souvent plus impliqués que ne le voudraient les "sacro-saints principes", vis-à-vis des stratégies des acteurs locaux, voire même de certains contenus, sans parler du "choix" des utilisateurs. Faute d'avoir été préparés explicitement à ces missions, puisqu'elles sont officielles, ils ont été conduits très tôt à se retourner vers l'Equipe Projet et à entretenir des contacts réguliers avec elle, au cours desquels ils pouvaient trouver les conseils recherchés. Plus tard lorsque cette équipe fut dissoute, ce sont des ingénieurs de celle-ci qui viendront directement mettre en oeuvre leur savoir faire au sein de la Mission Télématique à laquelle ils furent affectés (Ile de France) ou qui prodigueront leurs conseils au sein de services tels que le SIU. Puis il y a la multiplicité de notes, d'exposés, d'articles, conférences (Bulletins de l'IDATE,...) qui permettront là aussi de retrouver des données, une marche à suivre, notamment en matière de conseils auprès des fournisseurs de contenus : schéma de construction d'un service, grands types de contenus, principes de conception et exploitation de ces contenus (texte plutôt que graphisme, nécessité d'actualisations rigoureuses, éviter la publicité voilée, succès et dynamique de la messagerie,...) ; les critères de sélection des abonnés à l'annuaire électronique, qu'exige le faible nombre de terminaux disponibles au départ (niveau de consommation téléphonique, type de CSP, composition du foyer, âge...),... C'est-à-dire que tout à fait implicitement par le bilan et les leçons que tire, de Télétel 3V chaque ingénieur, une démarche type de diffusion de l'annuaire électronique dans les régions se développe au sein des DRT. Apparemment celle-ci est tout à fait étrangère à ce que fut Vélizy, en réalité elle emprunte la plupart de ses caractéristiques à ce que fut la pratique de l'Equipe Projet. Il est d'ailleurs significatif de constater qu'aujourd'hui ce sont les DRT qui sont les principales et peut être les seules demandeuses d'informations, d'études, de documents relatifs à Vélizy, au sein de la DGT. Ainsi il est possible de se demander si Télétel 3V n'a pas inauguré un type de pratique de développement de réseaux locaux au sein de la DGT, celui-ci se retrouvant tout autant à Biarritz et demain dans les zones d'installation du câble.

Les Sociétés de Service et de Conseil en Informatique (SSCI) constituent le principal secteur de l'influence de Télétel 3V sur les services des différentes régions. En effet très peu de fournisseurs de contenus locaux ou nationaux ont les moyens aujourd'hui de se passer du recours à une SSCI. Les DRT elles-mêmes, dès les premiers contacts avec d'éventuels candidats au vidéotex, les renvoient directement vers les sociétés de service, dont elles leur fournissent d'ailleurs un catalogue récapitulant leurs types de prestations respectives (2). Il n'est plus question pour les ingénieurs des télécommunications de continuer à jouer un rôle d'intermédiaire dans ce domaine. Les fournisseurs de contenus doivent donc faire seuls, le choix entre trois types de logiciels : ceux de Vélizy (le "prêt à porter" en quelque sorte), les nouveautés, le "sur mesure". Le "sur mesure" n'est à la portée que de grands fournisseurs de contenus, capables de faire face aux délais, aux dérappages des prix et surtout au contrôle d'ensemble sur la démarche, grâce à leur propre compétence informatique. Les "nouveautés" sont

(1) La tarification peut être celle du réseau téléphonique, ou une tarification propre à l'utilisation du réseau Transpac, qui permet un paiement par le fournisseur de contenu ou l'utilisateur, au tarif de 1 taxe toutes les deux minutes. La fonction Kiosque permet de rémunérer le fournisseur de contenu par le reversement à celui-ci par la DGT d'une différence de facturation liée à l'application d'1 taxe toutes les 45 secondes.

(2) Catalogue des fournisseurs de moyens (constructeurs et sociétés de services). Télétel. Mai 1983. DGT-DACT.

en théorie moins sujettes aux imprévus, mais là aussi les conditions de mise au point, les coûts réels, les performances effectives peuvent réserver des surprises qui pour être limitées nécessitent aussi une bonne maîtrise informatique. Reste alors le "prêt à porter", c'est-à-dire l'ensemble des produits qui ont été développés pour les expériences vidéotex, Grenoble, Nantes, Gretel et surtout Vélizy, que ceux-ci aient été réellement développés par la SSCI ou qu'ils aient été purement et simplement imités. De ce point de vue il existe pour les produits, comme pour les SSCI, un "label Vélizy" : on propose une messagerie "de type Vélizy". On rappelle que le logiciel originel de celle-ci était celui de Télésystèmes... Pour les fournisseurs de contenus locaux, qui doivent fréquemment solliciter des aides, des subventions,... de différentes tutelles ou ministères (ADI, DGCL,...), le recours aux services les plus éprouvés devient une quasi-nécessité, dans la mesure où ce n'est qu'ainsi qu'ils pourront apporter toutes les garanties nécessaires (de fonctionnalité, de délais, de coûts,...) à leurs "bailleurs de fonds". De la même façon tous ceux qui ne disposent pas de savoir faire en informatique, sont conduits à rechercher des prestations "clé en main", que les SSCI s'empressent d'ailleurs de leur proposer, dans la mesure où elles sont très rémunératrices. On débouche alors sur une délégation très poussée des acteurs locaux et de nombre de fournisseurs de contenus nationaux, à leur SSCI, qui conduit à ce qu'aujourd'hui les services municipaux ou départementaux sont plus ceux du G.CAM, de STERIA, de ACSIA ou Télésystèmes, que ceux de Besançon, Nantes, Picardie ou Taverny...

Pour comprendre le poids de "Vélizy" dans les catalogues des SSCI, il faut revenir à la mutation très rapide que celles-ci ont dû effectuer pour devenir en quelque sorte des sociétés de service en télématique. Au départ n'existaient que des produits informatiques classiques, développés pour le professionnel ou des domaines spécialisés. Ce n'est donc qu'au travers des commandes effectuées par l'Equipe Projet et le Service de la Télématique, puis les fournisseurs de contenus de Télétel 3V, épaulés par les ingénieurs des télécommunications, que les SSCI ont été conduites à adapter ou à inventer des produits télématiques. Pour y parvenir ils ont spécialisé des ingénieurs informaticiens sur les serveurs, les réseaux, les programmes,...etc. Ils ont dû embaucher de secteurs qu'ils ne connaissaient absolument pas des concepteurs de messages, des graphistes, parfois de nouveaux profils de "commerciaux" capables de traiter avec un nouveau type de clientèle. On a d'ailleurs vu apparaître des SSCI d'un nouveau genre, pour lesquelles la dimension informatique est parfois limitée, mais où l'essentiel de la compétence est du côté de l'information et de la communication : certaines se sont créées de toute pièce (SERPEA, Vidéotex Conseil), d'autres sont nées de maisons mères désirant prendre position sur ce secteur telle, la SCESI (le Parisien Libéré), CTA Conseil (Havas),... Au-delà de la mise au point d'un éventail de produits, de catalogues, les SSCI ont créé un milieu professionnel à part entière avec ses nouveaux métiers et ses nouvelles spécialités qui se dessinent.

Pendant les quatre années de préparation, puis d'expérimentation proprement dite, les SSCI ont aussi appris à structurer leur prestation. Face à de nouveaux types de clients et concernant des produits grand public, il n'était pas possible de transposer directement les prestations de l'informatique professionnelle. Les SSCI les plus dynamiques et les plus sensibles à l'évolution qu'impliquait le vidéotex, ont donc progressivement mis au point une véritable méthodologie de conception-réalisation de produits télématiques, pouvant aller comme on l'a dit plus haut jusqu'à la livraison "clé en main". Dans cette méthodologie figure aussi bien l'analyse du projet du fournisseur de contenu, voire du promoteur d'un réseau local, puis la proposition d'un ensemble d'applications et de dispositifs techniques adaptés (achats d'ordinateurs, hébergement,...etc), que la mise au

point de supports d'accompagnement de type index, mode d'emploi,... en fonction tout du moins de la capacité propre de la SSCI à maîtriser réellement aujourd'hui la globalité des acquis et bilans de Vélizy. Car c'est bien sur ce type de question que l'on retombe. Les SSCI ont structuré un milieu professionnel, au delà même de leur propre secteur, puisque nombre de ces professionnels passent chez les fournisseurs de contenus ou appartiennent à ceux-ci et sont formés par les sociétés de service. Les SSCI ont développé l'essentiel des produits et mis au point des méthodologies de conception-réalisation-exploitation. Pour tout ceci elles se revendiquent de leur expérience et donc connaissance de Vélizy, ce qui est à la fois légitime puisque c'est bien là l'origine de leur savoir-faire, mais qui est en même temps erroné puisqu'elles ne connaissent généralement pas les conditions dans lesquelles le public s'est approprié l'ensemble des services, ni les moyens d'apprentissage et d'animation qui lui ont permis d'y accéder.

Au travers de la question de l'influence de Vélizy, sur les nouveaux services vidéotex, se pose donc une double question peu abordée jusqu'à maintenant. L'appropriation du nouveau média par des fournisseurs de contenus très variés quant à leur activité, leur région, leur sensibilité... masque en fait un phénomène très lourd d'hégémonie des SSCI et donc de l'informatique sur le traitement de toute l'étendue des contenus qui est aujourd'hui diffusée par le vidéotex, et qui sera sans doute encore plus vaste demain. Or cette hégémonie qui est assez logique sur le plan technique, devient extrêmement lourde de conséquence, à partir du moment où elle conduit à des délégations sur le plan du traitement de message, de la présentation de l'information,...etc, dans la mesure où les SSCI n'ont aucune compétence et légitimité particulière pour jouer ce rôle culturel, social, politique. La seule exception pourrait être celle de ces sociétés de services nouvelles, souvent issues d'entreprises de communication ou de la presse (SERPEA, SCESI, BNI) au sein desquelles se profile un savoir-faire quant au traitement du contenu, les conduisant à jouer un rôle assez hybride sur ce plan. De la même manière si il est normal que les SSCI se revendiquent de Vélizy, concernant leurs logiciels, serveurs,...etc, il devient là aussi illégitime qu'elles prétendent détenir simultanément la connaissance en matière de communication et de pratique du vidéotex par le public. Faute de prendre conscience de cette double ambiguïté, il devient possible que cette influence de Vélizy sur les nouveaux services, qui est parfois d'ailleurs l'influence directe d'une informatique professionnelle, à peine adaptée, sur les contenus culturels, sociaux,...continue de se développer, sachant que les aspects de Télétel 3V, qui marqueraient l'avenir du nouveau support seraient les moins maîtrisés socialement et les plus lourds de conséquence culturellement.

Les fournisseurs de contenus qui ont expérimenté des services à Vélizy, représentent une part significative de l'offre de produits vidéotex proposée dans les régions de développement de l'annuaire électronique. Il y a bien eu un certain nombre d'abandons tels que Europe 1, Bayard Presse, la plupart de ceux qui faisaient de la promotion de produits ou de marque, mais ceux qui restent (une cinquantaine aujourd'hui en Ile de France) fournissent, à quelques détails près, les services qu'ils ont mis au point à Vélizy et parfois même dès le début de l'expérience. Pour comprendre un tel phénomène, il faut prendre la mesure de l'incertitude qui domine la période actuelle quant à la nature du marché et de la demande, en matière de vidéotex grand public. Vélizy a bien été un banc d'essais en aucun cas il ne fournit d'indication sur le marché. Dans de telles conditions, les fournisseurs de contenus font preuve de prudence et se proposent d'entamer seulement aujourd'hui le test de marché.

Un signe révélateur de la particularité de la phase dans laquelle se trouvent les fournisseurs de contenus tient dans le fait qu'aujourd'hui ceux-ci se trouvent plus dans une situation de solidarité de pionniers, innovant dans un nouveau domaine, que de concurrents, tentant de prendre une avance, voire d'éliminer l'autre. A la limite les services et les hommes responsables d'applications télématiques se connaissent mieux et ont de meilleures relations avec leurs homologues d'autres entreprises, que vis-à-vis de leur direction ou du reste de leur propre organisation, où ils ont du mal à faire passer leurs conceptions, à faire connaître le bien fondé de leur démarche,...etc. L'APST, c'est-à-dire aujourd'hui l'AFTEL joue de ce point de vue un rôle important dans la constitution et l'entretien de cette solidarité, puisqu'elle conduit les fournisseurs de contenus à se rencontrer, à se mettre d'accord sur des démarches communes, et surtout à travailler ensemble dans des groupes spécialisés pour étudier des dossiers compliqués ou épineux tels que le cadre juridique, la tarification, la normalisation des services... etc. Dans certains secteurs, comme celui de la presse spécialisée, le même phénomène se manifeste au travers du syndicat (Syndicat de la presse périodique et spécialisée), les principaux fournisseurs de contenus animant et collaborant ensemble au groupe de travail "Nouvelles techniques de communication". Outre le fait que cette situation manifeste un moment tout à fait particulier, quasiment pré-commercial du développement de services vidéotex, elle conduit à des effets spécifiques, dont certains sont positifs, tels que la structuration d'un milieu professionnel, mais dont d'autres sont plutôt négatifs, tel que l'imitation et la tendance à l'alignement des services sur les mêmes standards de contenus, de technique, de qualité,... avec en arrière plan, comme on vient de le voir, le rôle des SSCI, qui viennent encore renforcer cette uniformisation de la production.

Une telle situation ne peut évidemment pas se perpétuer indéfiniment et il faudra que des fournisseurs de contenus plus entreprenants que les autres, rompent cette solidarité et proposent des services qui se distinguent de l'uniformité et fournissent un "plus" aux utilisateurs. Il est probable que personne ne prendra ce risque tant que la DGT n'aura pas mieux explicité sa démarche de généralisation (calendrier exact, tarification, types de points d'accès,...) et que surtout des indications précises sur les attentes et les goûts des publics ne seront connues, ne serait-ce qu'au travers des réactions aux services qui sont proposés aujourd'hui, aussi peu évolués et différenciés soient-ils. Il va de soi que l'on retrouve à ce niveau comme frein à une telle décision d'innovation et de création, l'attitude globale des SSCI, qui vient encore renforcer les risques et les incertitudes pour ceux qui veulent rompre avec la génération des contenus de Vélizy.

La télématique régionale connaît aujourd'hui de Vélizy, principalement cette uniformisation des contenus. La filiation entre Télétel 3V et les services régionaux s'exprime ainsi sur les aspects négatifs. Il est probable qu'il n'en sera pas autrement, tant que la réalité même de la télématique locale, ne sera qu'une potentialité, ne renvoyant aucun contenu spécifique, original. Depuis 1982, la seule signification qu'ait pris la télématique régionale est celle d'une prime, concédée par la DGT, aux grandes collectivités locales (villes, conseils généraux et régionaux) et aux journaux régionaux qui se sont dans la plupart des cas contentés d'intercaler leurs propres services (réalisés par les mêmes SSCI) entre ceux des fournisseurs de contenus nationaux.

Une telle démarche est loin d'être satisfaisante pour les utilisateurs des régions concernées et il est nécessaire que des projets plus ambitieux, plus globaux, plus spécifiques à chaque population ne voient le jour. Il en existe déjà qui vont dans ce sens en Picardie, en Ile de France (ASPASIE à Marne la Vallée par exemple), en Alsace (en partant de Gretel...), mais tous sont loin d'avoir atteint

une phase opérationnelle. L'apport de Vélizy pourrait à ce niveau se révéler positif sur deux questions au moins : la définition d'un média multi-service, la constitution de réseaux de communication s'appuyant sur la messagerie électronique. Concernant la démarche "multi-service" il apparaît clairement que le public des régions de diffusion de l'annuaire électronique n'accèdera à une pratique effective du vidéotex, que si il trouve en face de lui un médiateur, qui faute de lui proposer tous les services, lui assurera au moins un ensemble de contenus, une animation, une initiation,...etc, qui l'incitera d'abord à apprendre ce qu'est le nouveau média, et ensuite à lui trouver une place dans sa pratique d'information, de communication, voire ses activités éducatives, culturelles, ludiques,...etc. Au départ la presse régionale a revendiqué, haut et fort, ce rôle, dans certains contextes spécifiques comme Marne la Vallée, c'est un regroupement au sein de ASPASIE (1) entre tous les partenaires locaux qui se propose de jouer un tel rôle... Il apparaît toutefois que pour l'instant personne, mis à part peut-être en partie les Dernières Nouvelles d'Alsace, au travers de Gretel, ne s'est engagé dans une réalisation effective... sinon l'Equipe Projet de Vélizy. Il serait donc tout à fait souhaitable que ce savoir-faire, aujourd'hui non valorisé, voire caché, par la DGT, puisse être analysé et réinvesti par les acteurs locaux prêts à se lancer sur la même voie.

En matière de réseaux locaux de communication, appuyés sur la messagerie électronique, nombre de promoteurs de réseaux locaux s'interrogent et paraissent attirés par cette dimension spécifique du nouveau média. En même temps la nouveauté même du phénomène, son caractère difficilement contrôlable aujourd'hui, techniquement, économiquement, socialement,... inquiète et conduit à différer sa diffusion. La seule démarche possible est alors de se retourner sur les deux seules expériences en la matière, Télétel 3V et Gretel (2), pour en faire une analyse fine, enfin dégagée du discours promotionnel ou de mythologie sociale sur la nouvelle convivialité... qui seule permettra alors de définir des projets adaptés à chaque région et public de celle-ci. Il est déjà intéressant de constater que la DGT elle-même se prépare au travers du SIU, à relancer une expérience dans ce domaine de la messagerie, afin de tester des applications qui sont issues des pratiques observées à Vélizy et Strasbourg. Il est souhaitable que cette expérience, sur une échelle plus grande (environ 5000 "boîtes à lettres") dans une région de développement de l'annuaire électronique sera menée de telle manière et selon des procédures qui permettent aux acteurs locaux intéressés et non à la seule administration, de poursuivre une véritable analyse sur ce qu'apporte réellement cette dimension "communiquante" du vidéotex, dans une démarche de télématique régionale qui se voudrait autre chose que la simple juxtaposition cacophonique de services.

L'enjeu autour de la maîtrise des réseaux de messagerie et de la mise au point d'un ensemble "multi-service" est ni plus ni moins celui de la création-invention d'un nouveau média local, qui paradoxalement bénéficierait des acquis de ce banc d'essais national, de cette vitrine internationale qu'était Télétel 3V. Cet enjeu est d'autant plus important qu'il apparaît être la clé de l'accès véritable du grand public au vidéotex ; qu'il nécessite une affirmation de la dimension communication aux dépends de l'informatique, qui doit devenir transparente ; que la DGT aujourd'hui se réfère à un modèle de généralisation du vidéotex qui est aux antipodes de cette approche puisqu'il privilégie une multiplicité d'offres de services sur des points d'accès sans fonctionnalités pour l'utilisateur.

(1) Cf. sur ASPASIE, JM. Charon et E. Cherki "Le vidéotex : un nouveau média local ?" idem. p.105... JM. Charon : "Quelle place pour les associations dans les réseaux de télématique locale ?". idem JM. Charon "Réflexions sur un projet de communication locale : ASPASIE. Bulletin de l'IDATE n°15, mai 84.

(2) idem article et rapport de JM. Charon et E. Cherki. p.81 à 95.