

## **Politique des espaces publics (1999-2002)**

### **La mission interministérielle pour la création d'espaces publics : champ d'action, circulaires produites, résultats, prospective**

### **Les différents types d'EPN selon les politiques gouvernementales**

**Michel Arnaud**

**CRIS IES**

**Université Paris Ouest**

**Extraits de l'ouvrage : Arnaud M., Perriault J., *Les espaces publics d'accès à Internet*, PUF, Paris, novembre 2002, 219 p., p.7 à 23**

#### ***Introduction***

De très nombreux responsables locaux considèrent les espaces multimédia comme une première réponse à leurs problèmes d'enclavement et de retard dans le développement économique local. C'est d'ailleurs à eux que revient souvent l'initiative d'instaurer des cybercentres, des cybercommunes, des maisons des savoirs et autres espaces destinés dans un 1er temps à une alphabétisation numérique des habitants ne disposant pas d'accès privé ou professionnel à Internet.

#### ***I. Le contexte***

Une enquête réalisée fin 2000 publiée, pour Sciences et vie micro, montre des différences considérables entre les pays sur leur accès à Internet: la France est loin derrière de nombreux pays (Suède, Etats Unis, Norvège...) avec 30% de la population équipés d'ordinateurs et 17% connectés à Internet.

La politique d'accès public, et si possible, gratuit à Internet vise à faire évoluer de telles différences en créant les conditions d'une exposition et d'une habitude aux nouveaux outils de communication pour les couches non encore touchées, par l'instauration d'usages permanents d'Internet chez elles.

La progression des foyers français connectés à Internet a été moins rapide en France en 2000 que dans d'autres pays. Généralement, les foyers connectés sont ceux qui ont un chef de famille cadre et vivent dans des villes de plus de 100 000 habitants. Par ailleurs on remarque qu'1/4 des internautes sont des jeunes (12-24 ans). Les jeunes non scolarisés dont les parents n'ont pas accès à Internet cumulent les facteurs d'exclusion: la vague des TIC s'arrête aux frontières des quartiers, des zones rurales et des DOM-TOM. Beaucoup sont dans des zones urbaines sensibles (ZUS), ....

## **II. Un enjeu stratégique pour les pouvoirs publics**

Le gouvernement a lancé en 1997 le Programme d'action gouvernemental pour la société d'information (PAGSI) afin de "créer les conditions d'une société de l'information pour tous". Nous savons que l'accès aux TIC est corrélé à l'appartenance sociale. Aussi, réduire le fossé numérique, donner à tous la possibilité de maîtriser les outils de la société de l'information est l'objectif fixé par le CISI (Comité Interministériel pour la Société d'Information) du 10 juillet 2000.

La circulaire des services du 1er ministre venant avaliser une démarche déjà bien avancée de la part des collectivités territoriales, régions, communautés urbaines et villages, a labellisé le concept générique d'espace public numérique.

Le 10 juillet 2000, a été annoncé l'ouverture, d'ici 2003, de 7000 lieux publics permettant un accès à l'Internet: ANPE, missions locales, bibliothèques publiques, centres d'information jeunesse...

Pour l'ANPE, en 2001, l'accès gratuit à Internet des demandeurs d'emploi sera généralisé. Pour les collectivités territoriales, il est proposé de se fixer pour objectif la généralisation de l'accès à Internet dans les 2656 bibliothèques municipales et 97 départementales.

Parmi ces lieux, 2500 seront labellisés espaces publics numériques (EPN) et signeront une charte afin d'offrir une "1ère formation générale gratuite ouverte à tous". Redéploiement et création concerneront: 1000 EPN dans les sites prioritaires de la politique de la ville (ministère de la Ville), 600 espaces cyberjeunes (ministère Jeunesse et Sports), 220 espaces culture multimédia (ministère de la Culture), 500 cyberbases (Caisse des dépôts et consignations).

Le 04 décembre 2000, la MAPI (Mission interministérielle à l'Accès Public à l'Internet, à l'informatique et au multimédia) est créée afin de coordonner les différents dispositifs gouvernementaux et a pour objet de favoriser l'implantation sur l'ensemble du territoire de points d'accès ouverts au public. Elle veille entièrement au bon déroulement (charte, connaissance du public de ces lieux,...).

### **A. Les initiatives gouvernementales**

1- Le ministère de l'Education nationale: écoles, collèges, lycées et universités ont ou auront accès à Internet. Toutefois des problèmes techniques sont à régler comme l'accord écrit des parents, la gestion des filtres et la démarche d'établissement. Toutes les académies ont élaboré un plan triennal de déploiement des TIC dans l'enseignement scolaire. Les établissements scolaires installent ainsi progressivement des personnes ressources bénéficiant de plans de formation prioritaires dans les académies et ayant pour mission de fournir aux enseignants une assistance technique et pédagogique de proximité (ici 8000 aides éducateurs). Quant aux établissements d'enseignement supérieur, la totalité est raccordée Internet.

2- Le ministère de la Culture et de la Communication: il a lancé en 1998 un programme de soutien à la création et au développement d'espaces culture multimédia (ECM). Les ECM, implantés dans des structures culturelles ou socio-culturelles existantes, doivent développer la

dimension culturelle des nouvelles technologies de l'information et de la communication, à la fois comme outils d'expression et de création. Ils mettent en œuvre des actions de sensibilisation, d'initiation et de formation au multimédia à partir de contenus culturels, éducatifs et artistiques. En 2001, le ministère a privilégié leur mise en réseau et constitue, au sein de ceux-ci, des pôles de référence dans les domaines de la formation et de la création. Les ECM reçoivent une subvention lors de la labellisation puis une subvention de fonctionnement de 50% du coût total modulée en fonction de différents critères mais plafonnée à 31 000 euros. Un nouveau label est envisagé: le RCM Relais Culture Multimédia pour faire bénéficier du réseau un nombre plus important de lieux culturels.

3- Le secrétariat d'état à l'Industrie: dans le cadre du programme cyberposte, 1000 bornes d'accès à Internet dans des bureaux de poste en zones rurale et urbaines.

4- Le ministère de la Jeunesse et des Sports: en janvier 1999, a été créé le JESSI ( Jeunesse et société de l'information) pour mettre en lignes 2 sites web: l'un dédié à l'expression des jeunes, l'autre destiné à tous les jeunes et faisant le point sur leurs droits au quotidien. Parallèlement a été initié le programme "Point cyb – espace jeune numérique" afin d'offrir aux jeunes les moyens d'un accès gratuit à Internet, en s'appuyant sur son réseau des centres d'information pour les jeunes. A ce jour, 250 ont été labellisé "Point cyb". Ces espaces proposent un accès libre service, un accompagnement à la demande, des ateliers d'initiation à la bureautique et Internet, des conseils personnalisés pour la conception et la réalisation de projets individuels ou collectifs grâce au multimédia. Deux animateurs minimum sont nécessaires et le financement est assuré à 50% par le ministère. La dimension intergénérationnelle est prise en compte dans 40% des cas qui ouvrent aux adultes de plus de 26 ans.

5- Le ministère de la Ville: le 10 juillet 2001, est lancé un plan de développement de l'Internet dans les quartiers populaires. Un budget de 50 millions de francs vise à financer 1000 EPN dans les quartiers prioritaires.

6- Le CIADT (Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire): mobilisation de 30 millions supplémentaires pour la création de 400 EPN implantés en partenariat avec les collectivités locales dans les territoires ruraux.

7- La Caisse des dépôts et consignations: un programme de recherche et développement dénommé Cyberbase a été lancé, développé en concertation avec plusieurs départements ministériels, intéressés par une plate-forme multi-usage et multi-contenus. 500 devraient voir le jour. Une cyberbase est un centre multimédia d'initiation et d'approfondissement à Internet et aux nouvelles technologies destiné au grand public dans un cadre collectif (associatif, scolaire) ou individuel (jeunes porteurs de projets, chercheurs d'emploi, activités de loisirs ou périscolaires). Après une 1ère initiation gratuite, une formule de fidélisation est proposée, généralement sous forme d'abonnement forfaitaire. Pour les collectivités locales, une cyberbase est un outil efficace d'aménagement de l'espace urbain, de création d'emplois, de développement local et d'offres culturelles et de loisirs. La CDC intervient avec des subventions d'investissement de 30 à 50 % du coût du projet. Elle privilégie des projets entrant dans ses axes prioritaires: politique de la ville, intercommunalité et ouverture des établissements scolaires. La cité des sciences participe à ces projets par ses contenus ou services éducatifs.

8- Le CNED: son programme consiste à proposer à toute collectivité locale qui en fait la demande l'implantation d'un espace de formation numérique mettant son expérience de l'enseignement à distance et les importantes ressources multimédia qu'il a construites en vue de la formation initiale et continue de ses inscrits. Ils sont ouverts à tous les types de public: jeunes, adultes et seniors, désireux de se former et à qui il est proposé de se connecter. (CF a Montbéliard, en cours d'évaluation).

## **B. Le programme Cyberbase de la Poste**

Avec Cyberposte, la Poste entend offrir au grand public un accès plus facile aux nouvelles technologies, pour mieux les démocratiser. La Cyberposte se matérialise par une carte achetée et rechargée dans les bureaux de poste inclus dans la liste disponible sur son site. Cette carte est utilisée sur les bornes cyberposte et conserve en mémoire les sites visités. L'achat de la carte est de 7,6 euros et rechargeable pour 4,5 euros de l'heure de consultation. Il y a mise à disposition de différents services (messagerie, accéder au web,...). Un employé-jeune de la Poste se charge d'accueillir le public et de l'accompagner.

## **C. Dispositifs régionaux**

Certaines régions ont été précurseurs en matière de politique d'ouverture d'espaces publics d'accès aux TIC: la Bretagne a 300 cybercommunes, opération Acti-Limousin avec 21 EPN, le Nord Pas-de-Calais avec "Cyber Nord – Pas-de-Calais"... Les chargés de mission NTIC auprès des SGAR, nouvellement recrutés, organisent des journées régionales de sensibilisation auprès des acteurs locaux. Ils sont particulièrement actifs dans les régions qui n'avaient pas pour l'instant de politique dans ce domaine comme par exemple l'Alsace.

## **D. Dispositifs départementaux**

Le plan Net des Deux-Sèvres a permis l'ouverture de 30 espaces publics d'accès aux TIC. Ces centres de ressources au sein des collèges sont ouverts aux élèves mais aussi au grand public en dehors des heures de classe. D'autres départements sont particulièrement actifs comme l'Ardèche, le Cantal, la Lozère...

## **E. Dispositifs municipaux**

Le label "Ville Internet" lancé par l'association Vecam est l'occasion de sensibiliser les villes à l'enjeu des TIC afin de favoriser l'appropriation d'Internet dans toutes les composantes éducatives, sociales, économiques et politiques de la ville, en vue de transformer et rénover la vie citoyenne, bouleverser le fonctionnement de la démocratie locale, améliorer les conditions de travail, enrichir les relations humaines et faciliter le vie quotidienne. En mai 2000, 176 communes étaient "ville Internet" dont Amiens, Issy-les-Moulineaux, Toulouse...D'autres pays se sont également mobilisés pour passer des partenariats entre ces villes et former des jumelages.

### ***III. Les initiatives associatives***

Les grandes associations participent à ce mouvement de démocratisation de l'accès aux TIC.

#### **A. La Fédération nationale des centres sociaux et socio-culturels**

105 espaces déjà ouverts dans les centres socioculturels appartenant à cette fédération.

#### **B. Le Comité national de liaison des régies de quartier (CNLRQ)**

Le comité va implanter 20 pôles multimédia gérés par les communautés d'habitants.

#### **C. Le Conseil national des associations familiales laïques (CNAFAL)**

Une cyberstation a été ouverte à La haye-les-Roses. D'autres réseaux nationaux favorisent la mise en lace d'espaces multimédia comme Familles rurales, Ligue de l'enseignement, ...le Cybermobile de Lozère...

1- Le cyberbus de Meurthe-et-Moselle: initié par la Fédération départementale des familles rurales, avec les financements du Conseil Général, de la Direction départementale de la Jeunesse et des Sports et de France Télécom, programmé sur 2 ans, l'objectif de ce projet était d'initier en milieu rural l'apprentissage d'Internet et du multimédia comme outils de communication et de d'expression et d'animer les familles rurales. Mise en place d'un atelier itinérant de découverte Internet et multimédia, installé dans une commune rurale pour 2 à 3 semaines, et qui tourne ensuite sur l'ensemble du département. Le matériel informatique était transporté d'un lieu à l'autre par l'animateur du cyberbus dans sa voiture personnelle, qui installait et désinstallait le matériel pour chaque intervention. Les planning horaires étaient définis. Les services d'initiation offerts ont concerné Internet et les outils de communication, la bureautique et la télématique, la photo et la vidéo numériques. Les utilisateurs étaient une écrasante majorité d'enfants et d'adolescents. Forte de ces résultats, la Fédération a désiré toucher davantage le public scolaire en milieu rural dans le cadre d'un nouveau programme en partenariat avec l'Education Nationale et a prévu de privilégier une initiation et approche plus technique d'Internet. La promotion systématique des ateliers du cyberbus afin d'informer et de toucher les publics concernés est un point important de réussite tout comme les qualités de l'animateur. Au total, le dispositif est efficace car sa structure est légère et mobile, permettant de toucher beaucoup de personnes avec des moyens limités et en couvrant l'ensemble du département.

### ***IV. Les initiatives privées en vue de réduire la fracture numérique***

#### **A. Les espaces multmédia dans la ville (EMV) de France Telecom**

Ce concept date de 1998. France Télécom a voulu répondre à la demande gouvernementale en créant avec les collectivités locales des structures d'accès public à Internet à but non lucratif avec pour objectif de lutter contre le fossé numérique qui s'est créé à partir de 3 obstacles majeurs: problèmes financiers (l'accès coûte cher), problème de compétence (il faut apprendre à s'en servir) et problème de sens (il faut comprendre et accéder à la connaissance). Une charte des espaces multimédia a été élaborée autour de 5 points: accès de tous les publics, accompagnement effectué par un animateur (1 pour 4 postes) , guides pratiques, accent mis sur le local, mise en réseau nationale. L'exemple est l'espace multimédia de Mulhouse qui est le plus grand de France. Ce réseau d'EMV est animé par Régie T qui propose ses services.

France Télécom a mis en place de nouveaux dispositifs: stations Internet - formation professionnelle; Points d'information multimédia (PIM) – milieu rural; Fondation France télécom – mécénat; partenariat avec l'UNHLM; cyberbus...

## **B. La RATP**

Avec le développement du concept de métronaute, 1000 bornes d'accès gratuit à Internet en partenariat avec la société Cyberdeck vont être installées pour l'obtention d'informations en temps réel sur le trafic des réseaux RATP et Transilien SNCF, la recherche d'itinéraires en IDF et plans de quartier de Paris. De plus, l'utilisateur peut naviguer gratuitement et consulter son courrier. Les bornes sont en accès libre permanent pendant l'ouverture des gares et le temps moyen de connexion par personne est de 8 à 10 minutes. (CF Châtelet-Les Halles, Luxembourg,...)

## **C. Carrefour**

Le Service solidarité de la chaîne a ouvert une trentaine de points d'accès publics à Internet dans les villes où un magasin Carrefour est implanté, intitulés "Atrium multimédia" et situés dans les écoles, collèges, centres sociaux, maisons de quartier et lieux de vie. L'objectif est de revitaliser les cités, préserver le tissu urbain et consolider le lien social. Les participants s'initient aux outils informatiques et multimédia. (CF 1er atrium ouvert au collège des Pyramides à Evry pour lutter contre la violence à l'école).

## **D. Vivendi**

Actions de mécénat de la fondation Vivendi , de la fondation canal +, ouverture d'un espace multimédia au Trocadéro et un plan de financement de 50 millions de francs sur 5 ans pour lutter contre la fracture numérique. D'autres fondations d'entreprises sont actives.

## **E. Easy everything**

L'ouverture de grands cyber-supermarchés marque à Paris l'avènement de grands espaces sur plusieurs étages offrant l'accès à des centaines de postes à écran plat connectés à Internet à Haut débit avec webcam et téléphonie, ouverts 24 / 24 et un tarif dégressif selon l'horaire en fonction de l'affluence.

## ***V. Le traitement de la fracture numérique par les collectivités publiques***

On retrouve à travers toutes les initiatives un objectif commun qui est de sensibiliser et d'initier le grand public, et en particulier les couches défavorisées, aux usages d'Internet et du multimédia grâce à un accès souvent gratuit et un accompagnement par les animateurs de ces espaces. Ces objectifs ne favorisent pas encore pour le moment l'insertion des personnes en difficulté et ne créent pas encore d'emploi.

Un guide a été publié par l'Observatoire des télécommunications dans la ville pour aider les collectivités locales et leurs partenaires à bâtir leur projet d'espace. On y trouve une approche méthodologique sur les objectifs recherchés (celui commun et après plus spécialisé comme recherche d'emploi), le public visé (penser tout public), l'utilisation envisagée (en ligne ou non), les services à proposer (libre service, horaires, personnel constitué essentiellement d'emploi-jeunes, problème de l'obsolescence technologique, budget), une liste de fiches en guise d'exemples, une méthode d'analyse et une proposition de règlement intérieur.

L'association Multimédiaville, regroupant des collectivités territoriales et locales, a organisé une journée d'étude sur les enjeux des espaces publics multimédia. Aux yeux des intervenants de la journée, l'évaluation faite des effets de ces espaces sur la population est très positive. 2 éléments paraissent essentiels pour expliquer leur réussite: le fait que ces espaces aient été initiés par les collectivités locales et la qualité des animateurs, pour la plupart des emploi-jeunes. Outre, la démocratisation de l'usage d'Internet, ces espaces favorisent aussi la socialisation dans certains quartiers et jouent un rôle important dans le rapprochement des générations. Fort de ces résultats, l'association a décidé de créer un groupe d'études "collectivités territoriales: les espaces multimédia facteur du développement local" qui va s'attacher à définir le rôle des collectivités dans la mise en place d'espaces multimédia, les types d'espaces, leur fonctionnement.

Vouloir réduire la fracture numérique conduira-t-il cependant à rétablir une égalité sociale? Le débat est toujours là et amène à se poser les questions sur l'appropriation d'Internet et les résistances rencontrées. Si on ne répond pas à la demande, l'appropriation ne pourra se faire, il n'y aura pas d'apport de plus-value dans la vie quotidienne. On ne peut changer les règles du marché mais au moins tenir compte dans les services des individus comme assistés mais aussi acteur de leur propre devenir. Pour ce faire, l'approche de l'observatoire est utile car elle tient compte des préoccupations premières de tout individu à savoir l'emploi (accueillir attentivement les personnes en recherche d'emploi et faciliter leur démarche), le développement économique (assister les créateurs d'entreprise), la formation (mettre en place des ateliers de création multimédia et formations qualifiantes) et la transformation des services publics (prise d'initiative par les personnels).

## ***VI. Evolution des modalités de l'intervention publique***

Il faut remarquer que l'usage devenu habituel des outils de communication ne peut pas s'installer sans appropriation des lieux où elle se produit. Dans ce cas, la privatisation revient à faire que les personnes se sentent chez elles dans un lieu public. Il ne s'agit pas seulement

de compenser le fossé numérique. Le débat se porte sur ce qu'est l'espace public, comment, pourquoi et jusqu'à quel point la puissance publique peut s'arroger le droit de décider pour le bien public, comment, pourquoi et dans quelle mesure les personnes peuvent y déployer leurs objectifs individuels? Comment et pourquoi l'acteur collectif peut émerger d'un groupe de personnes? Il n'y a pas à démanteler les services publics mais à leur demander d'être plus réactifs à la demande et de s'adapter à l'évolution des besoins individuels mais aussi de l'acteur collectif.

## ***VII. Programme d'action et de recherche en France et en Europe***

L'initiative e-Europe lancée en 2000 propose une série de mesures et d'actions visant à procurer un accès meilleur marché, plus rapide et sécurisé à Internet, à aider l'entrée de tous dans l'économie du savoir, à stimuler l'usage d'Internet en favorisant le commerce électronique, l'administration en ligne... Mais attention, il ne faut pas confondre des outils nécessaires à la mutation culturelle et économique et ceux de dernier cri pour résoudre problèmes sociaux du moment car ce n'est encore jamais fait. De plus, on revient au problème de l'appropriation d'Internet, les résistances rencontrées et les raisons de leur apparition à l'étude par l'Observatoire des télécommunications. Ces études sont nécessaires pour identifier les meilleures pratiques, repérer les verrous, tester et valider les méthodologies.