

octobre 2010

Délégation " Nouveaux médias, nouveaux réseaux numériques"

Un point de vue citoyen sur les enjeux de la production et de la circulation de l'information pour les métropoles

Contribution
du Conseil de développement de Nantes métropole à l'ouvrage :

"Le déploiement du très haut débit, quels enjeux pour les métropoles ?
Publié par l'Association des Communautés urbaines de France
et l'Association Les Interconnectés

Délégation animée par Pierre MONTEL





Avant-propos

Que vient faire un Conseil de développement^(*), espace d'expression de la société civile auprès des décideurs des territoires, dans un débat d'experts sur le déploiement du très haut débit et sur les enjeux qui y sont liés pour les grandes métropoles françaises ?

La question peut légitimement être posée, s'agissant d'un thème abordé le plus souvent sous l'angle technique et sur lequel les spécialistes occupent la majeure partie du champ de l'expression.

Haut débit, très haut débit, fibre optique, autant d'expressions qui s'entendent et s'écoutent très différemment selon que l'on se situe dans la sphère des experts ou dans celle des citoyens.

Du point de vue du citoyen, la question du "haut débit", qu'il différencie souvent mal du "très haut débit" s'apprécie d'abord en termes de revendication et de sentiment d'inégalité d'accès. Elle s'apprécie ensuite au regard des contenus possibles et du progrès qui peut en résulter pour la société.

Débattre des "tuyaux" est une chose, réfléchir sur ce qu'ils véhiculent en est une autre. Les mots « grand plan », « déploiement », « stratégie » gardent un parfum historique qui évoque des souvenirs pas si lointains. Le « plan câble » ou les plans successifs pour l'informatique dans les écoles viennent rappeler que les stratégies élaborées par les experts n'ont pas toujours connu le succès escompté.

Dans ce contexte, un conseil de développement se sent légitime pour intervenir et apporter le contrepoint citoyen qui peut enrichir le débat technique. C'est l'esprit de cette contribution, fruit d'une réflexion collective "décalée" et "non experte".

La prise de parole citoyenne est aujourd'hui vécue comme un des moyens de donner davantage de sens à l'organisation sociale. Le statut de l'information s'en trouve ainsi affecté, de même que les conditions du débat public. C'est dans ce sens que le Conseil de développement de Nantes métropole souhaite insister sur la place particulière qu'il convient d'accorder à la question de l'information dans les territoires, laquelle est intimement liée aux processus d'interactivité qui naissent de l'évolution des technologies.

^(*) La loi d'Orientation pour l'Aménagement et le Développement Durable du Territoire (LOADDT) du 25 juin 1999, dite Loi Voynet, organise le principe d'un partenariat entre élus, milieux socioprofessionnels et associatifs avec la création d'un Conseil de développement au sein de chaque agglomération. Ce Conseil est librement organisé et composé à l'échelle locale, il doit être étroitement associé à l'élaboration du projet d'agglomération ainsi qu'à la mise en œuvre et l'évaluation des projets.

En proposant aux Conseils de développement de répondre à cet appel à contributions destiné initialement aux experts des collectivités, l'Association des Communautés urbaines de France marque son souci de donner une dimension citoyenne nouvelle aux débats qu'elle anime.

C'est une initiative originale qui mérite d'être saluée. C'est aussi un défi pour les Conseils de développement dont les missions sont celles du questionnement aux décideurs, du débat et de l'échange citoyen.

La contribution présentée ici par le Conseil de développement de Nantes métropole n'a pas de caractère juridique ou technique. Elle vise seulement à saisir l'occasion des débats sur le très haut débit, et plus largement sur les nouveaux outils numériques, pour proposer aux élus en charge de la décision publique un questionnement beaucoup plus large sur la production et la circulation de l'information dans les territoires. La réflexion proposée s'inscrit dans une logique de veille collective en continu, d'alerte et d'anticipation qui caractérise la démarche du Conseil de développement depuis son origine.

Cet enjeu de l'information est au cœur du développement et de l'attractivité d'espaces en compétition sévère. Il y a lieu d'en faire une préoccupation centrale des projets de territoires.



Contribution

“Les lecteurs de journaux prennent un à un la direction des cimetières tandis que sortent des universités des jeunes gens qui ne les liront jamais”

Bernard POULET, la fin des journaux, Editions Gallimard, 2009

“L'information va de plus en plus vite, la communication toujours aussi lentement”

Dominique WOLTON, Sociologue des médias et de la communication

Introduction

Au-delà des discours convenus sur la révolution numérique et la fracture du même nom, le Conseil de développement de Nantes métropole cherche, à son niveau, à identifier les grands enjeux territoriaux auxquels auront à faire face les élus dans la nouvelle civilisation que font peu à peu émerger les technologies de l'information et leur propagation continue à travers les réseaux de très haut débit.

C'est la première fois, en France, qu'un Conseil de développement aborde ce sujet en essayant de porter un regard citoyen, détaché des enjeux opérationnels.

Dans cet objectif, une Délégation "Nouveaux médias, nouveaux réseaux numériques" a été constituée au sein du Conseil de développement, dès 2008, pour mieux comprendre les évolutions et élaborer un questionnement à l'attention des élus.

Le Conseil ne se situe pas sur le terrain des experts —d'autant plus nombreux dans ce domaine qu'ils ont tendance à s'autoproclamer au fur et à mesure de l'obsolescence de technologies dont la durée de vie est souvent très courte— mais sur celui des citoyens c'est-à-dire de ceux qui construisent et imaginent des usages rarement prévus par les spécialistes.

Ce regard citoyen est d'autant plus important qu'il mélange les approches : celles des entreprises et celles des consommateurs, celles des enseignants et celles des élèves, celles des jeunes pour lesquels Internet a toujours existé et celles des anciens qui doivent apprendre une “langue” nouvelle pour comprendre ce qui se passe autour d'eux.

Le Conseil de développement de Nantes métropole a donc fait le choix dans sa réflexion :

- de ne pas chercher à dresser le catalogue des applications qui pourraient être mises en œuvre grâce au très haut débit,
- de ne pas établir le énième rapport sur le développement numérique des territoires,

— mais de proposer un questionnement ciblé sur la production et la circulation de l'information, notamment à travers les possibilités offertes par les technologies numériques.

Ce choix s'appuie sur le constat que la question de l'information dans les territoires est une question globale de développement, de rayonnement et d'attractivité. Elle est souvent le parent pauvre des grandes réflexions sur les projets de territoires. L'irruption du "numérique" dans le débat public est une occasion de proposer une nouvelle approche.

Faute d'une réflexion partagée avec les citoyens sur ce thème, la question numérique court le risque d'être abordée sous le seul angle technique. On ne peut pas se satisfaire des seules formules "le haut débit pour tous" ou "luttons contre la fracture numérique", il faut aussi, essayer de comprendre les tendances qui se dessinent dans ce monde nouveau qui apparaît peu à peu.

Quatre grands constats :

1- Une civilisation numérique émergente mal mesurée

Nous assistons aujourd'hui à un bouleversement considérable de la fabrication de l'information, de sa circulation, de sa diffusion et de ses modes d'accès. Ce bouleversement numérique ouvert dans les vingt dernières années du XXème siècle s'apparente en termes d'impacts à la fois économiques, sociaux culturels à celui qui fut provoqué au XVème siècle par l'imprimerie. Le numérique constitue aujourd'hui bien plus qu'une révolution, c'est une civilisation nouvelle dont les codes et les références se construisent au quotidien. Le passage d'un monde analogique à un monde numérique est donc une source considérable de ruptures.

Il y a un discours convenu et récurrent sur ce thème mais la réflexion intellectuelle en est encore à ses débuts. La réalité est triviale : le manque de clés de compréhension des changements est souvent masqué par une rhétorique de circonstance.

Faute de percevoir les enjeux, on applique les schémas classiques. On évoque une fracture en y appliquant des critères sociaux, alors qu'il s'agit bien davantage d'une fracture générationnelle. On y ajoute un peu d'aménagement du territoire, de propos obligés sur la solidarité et on obtient un discours, plus ou moins bien construit, servi à chaque fois qu'il est question d'Internet.

L'exemple de la loi Hadopi est une illustration de cette approche traditionnelle : dans l'incapacité de réinventer la législation sur la propriété dans une société numérique, on applique la recette analogique classique et on obtient une législation inapplicable. On ne sait pas faire face à une révolution, celle de la dématérialisation d'un produit et particulièrement d'une œuvre artistique. Dans la société analogique, une œuvre se caractérise par un support physique dont la valeur culturelle se transforme en valeur économique au moment de l'échange. Pour s'approprier une œuvre il faut l'acheter ou... la voler. Aujourd'hui une création, film ou musique, est dématérialisée. Dès lors, sa reproduction peut s'effectuer à l'infini, sans perte de qualité et surtout sans priver qui que ce soit de sa propriété... hormis l'auteur. Un bien privé dans la société analogique devient,

dans le monde numérique, une sorte de bien public. Dès lors, qui rémunère qui ? Qui est propriétaire ? Qu'est-ce qu'un vol ? Les anciens modèles économiques s'en vont, mais leurs remplaçants tardent à se dessiner.

Le Conseil de développement de Nantes, en tant qu'assemblée de citoyens libres et autonomes, ne prétend pas résoudre l'ensemble des questions posées par ce bouleversement numérique. Il souhaite simplement proposer aux décideurs une autre approche :

La question essentielle n'est pas tant celle du catalogue des usages que permettent les technologies numériques que celle des remises en cause de nos fondamentaux d'organisation sociale.

2- Médias, information et territoires : des enjeux mal perçus par les décideurs

C'est un élément du développement et de l'attractivité du territoire que les décideurs publics appréhendent mal pour plusieurs raisons :

- ils ont une perception encore très traditionnelle des médias qu'ils envisagent trop souvent comme le miroir ou la caisse de résonance de leur action
- ils sont marqués par une culture de l'information descendante et de la communication, qu'on appelait encore "propagande" (sans que ce mot soit perçu comme péjoratif) jusqu'à la fin des années 70
- les démarches interventionnistes sont complexes dans un secteur qui relève de l'exercice de la démocratie et dans lequel l'action publique peut apparaître comme un élément de contrôle
- ils développent leurs propres médias comme vecteur de communication sur leur action, ce qui peut aboutir, compte tenu de la multiplicité des acteurs, à la surabondance des investissements
- ils observent, la plupart du temps, avec circonspection, comme une grande partie de la société, les bouleversements induits par les technologies de l'information. Dans les collectivités locales, les délégations d'élus liées à ces sujets sont assez récentes, même si elles sont en général assez actives.

La nécessité apparaît aujourd'hui d'une nouvelle approche globale du rapport médias-information-territoires pour identifier les vrais enjeux et distinguer l'essentiel de l'accessoire. La structuration numérique du territoire est un de ces enjeux : il ne s'agit pas seulement de e-administration mais de prise en compte de l'irruption du numérique dans tous les aspects du quotidien. C'est la définition même du "bien commun" qui est réinterrogée dans une organisation territoriale qui sera basée sur l'interconnexion des réseaux et non plus sur les hiérarchies.

3- Un mode de consommation des médias en pleine évolution

La presse écrite traditionnelle payante connaît de graves difficultés économiques et voit son lectorat s'effriter de plus en plus. La télévision, qui occupe encore une très large place dans la manière de s'informer, connaît aujourd'hui les prémices du même effritement. Seule la radio, parmi les médias traditionnels, semble résister et s'adapter aux bouleversements.

Parallèlement, Internet a généré de nouveaux médias en occupant l'espace libéré avec de nouveaux codes ressentis comme acquis :

- immédiateté
- communauté
- gratuité
- partage
- nomadisme

mais aussi :

- fiabilité relative
- désinformation
- nouvelles formes d'obscurantisme.

Cette évolution du mode de consommation de l'information révèle aussi une rupture générationnelle entre ce que Marc PRENSKY^(*) appelle les "natifs" et les "immigrants" du monde numérique.

Les décideurs politiques et économiques sont, pour l'instant et pour l'essentiel, des immigrants : leur mode d'intervention reste donc marqué par le monde d'avant...

4- Une relative abondance qui masque les incertitudes

La plupart des métropoles sont aujourd'hui bien pourvue en médias :

- quotidiens payants : 1 ou plusieurs (avec leurs sites internet qui se développent)
- quotidiens gratuits
- radio locale publique : la déclinaison des France bleue
- radios associatives ou privées
- télévision publique régionale et locale : France 3
- télévision locale privée, associative ou mixte
- éditeurs privés ou associatifs spécialisés
- sites internet
- Web TV
- médias de collectivités

auxquels il faut aussi ajouter des blogs, des initiatives universitaires, des revues territoriales comme Place Publique à Nantes et à Rennes...

^(*) *Digital natives, Digital immigrants*, Marc Prensky, 2001

Cette apparente abondance s'accompagne aussi d'inquiétudes :

- la presse écrite payante connaît des difficultés : lectorat vieillissant, baisse des ressources publicitaires, inadaptation aux modes de vie contemporains
- la presse écrite gratuite plébiscitée par les jeunes générations connaît aussi des difficultés économiques
- les télévisions locales peinent à trouver leur place et surtout leur modèle économique
- un certain nombre d'initiatives sont dépendantes d'un financement public de plus en plus contraint.

Eléments de propositions :

✓ Engager très rapidement une réflexion collective au sein des collectivités locales sur la production et la circulation de l'information

Au même titre que les transports publics, la voirie, la distribution de l'eau ou l'assainissement font l'objet de commissions spécialisées dans les collectivités locales, la production et la circulation de l'information doivent enfin être traitées comme un sujet majeur qui fonde le développement et l'attractivité du territoire.

Cela permettrait de mesurer le volume des investissements déjà consentis pour les médias d'information "maison" et d'en apprécier le résultat attendu au regard des objectifs poursuivis par les élus. Ce serait aussi l'occasion de confronter les points de vue et les différentes approches du sujet, en dehors des strictes logiques de communication.

Les collectivités locales mettent en œuvre des commissions spécialisées : mobilités, transports, assainissement, environnement, déchets....pourquoi la production et la circulation de l'information ne font-elles pas l'objet de groupe de travail spécialisés et pluralistes ?

Cette réflexion permettrait également de dépasser l'opposition stérile entre les "anciens" et les "nouveaux" médias. C'est une problématique déjà dépassée : il faut les penser ensemble. L'essentiel n'est pas du côté des techniques mais du côté des hommes et de leur organisation sociale.

✓ Appréhender les médias, notamment numériques, comme catalyseurs des projets de territoires

Le territoire vécu par les habitants ne coïncide plus toujours avec celui des décideurs. Dans ce contexte, l'identité d'un territoire attractif se construit aussi par les médias qui en sont issus et qui en sont l'incarnation.

Il importe donc que la question des médias soit traitée au bon niveau et ne soit pas oubliée par les acteurs de l'aménagement et du développement des territoires.

Rien n'est dit sur les enjeux de l'information ou encore sur la structuration numérique des territoires dans les SCOTS ou les Agendas 21, alors qu'ils sont aussi cruciaux que ceux de la mobilité des habitants ou de leur cadre de vie. Rien n'est dit en général sur les évolutions liées au numérique.

Les projets métropolitains doivent s'incarner à travers des médias forts et reconnus, c'est aujourd'hui une des conditions majeures du dynamisme et de l'attractivité.

✓ **S'appuyer de plus en plus sur les technologies numériques pour informer**

L'informatique ubiquitaire (bientôt plus d'objets en réseau que d'individus), les nano-technologies, les interconnexions de systèmes permettent de mettre à la disposition du public de nouveaux dispositifs d'information dont les possibilités sont encore mal mesurées.

Les métropoles peuvent jouer un rôle majeur pour conduire une réflexion territoriale sur ce sujet. Au-delà des enjeux de l'information, il s'agit aussi d'enjeux industriels : production d'images, émergence de pôles d'excellence locaux, gisements d'emplois nouveaux.

✓ **Prendre en compte les médias dits "contributifs"**

Naissent aujourd'hui dans les territoires, une myriade d'outils tour à tour qualifiés de "citoyens", "participatifs"...qui bouleversent, en même temps qu'ils renouvellent, les systèmes de production de l'information. Qu'ils s'agissent de blogs ou de web tv, ce sont à la fois des acteurs de la proximité et des compléments des médias classiques. Cet "empowerment" du citoyen participe de plus en plus au développement de la pluralité de l'information et plus largement à la vitalité démocratique des bassins de vie. Ils remettent également en cause le mode de production traditionnelle de l'information.

Une attention particulière doit être portée à ces nouveaux médias. Ce phénomène est à la fois porteur de dynamiques de réseaux innovantes et d'interrogations sur le statut de l'information et de ses producteurs que sont notamment des journalistes. Ces démarches citoyennes doivent être prises en compte par l'action publique et analysées dans toutes leurs dimensions.

✓ **Rechercher la constitution de partenariats public-privé**

L'information est un bien d'intérêt général qui participe à l'équilibre d'un territoire. Il y a lieu aujourd'hui de rechercher de nouveaux modèles pour construire les médias du XXIe siècle.

Il faut dépasser les schémas traditionnels pour bâtir des systèmes de coproduction gagnant-gagnant et promouvoir des médias qui portent l'identité des territoires sans en être les porte-parole.

De nouveaux modèles économiques de production et de diffusion sont à inventer.

Les financements publics pourraient être envisagés pour aider à la constitution de nouveaux cadres (mises en réseaux de sources existantes, portails multimédia, nouveaux supports...), de même que des partenariats public-privé.

La condition essentielle de la réussite réside dans l'acceptation des médias comme logique de contre-pouvoir, ce qui constitue un saut culturel dans les représentations mentales d'un grand nombre de décideurs.

✓ **Réfléchir au mode de régulation des nouveaux dispositifs en s'appuyant sur l'expertise citoyenne**

L'expérience nationale du CSA (Conseil Supérieur de l'Audio-visuel) peut servir de référence pour imaginer des processus de suivi, d'aide au montage et de régulation des projets au niveau local. Les Conseil de développement, mais aussi d'autres dispositifs participatifs, existants ou à imaginer, peuvent avoir un rôle à jouer dans une réflexion sur la mise en œuvre d'un tel dispositif. Ils pourraient devenir, en quelque sorte, des embryons de CSA locaux.

En conclusion, c'est un appel à une implication plus forte des collectivités locales dans le secteur de la production et de la diffusion de l'information que le Conseil de développement de Nantes métropole souhaite lancer.

La réforme territoriale qui s'annonce, notamment pour les métropoles, va mettre en lumière encore plus fortement la question des territoires et de leur identité. La force et la qualité des médias métropolitains seront un des principaux instruments de mesure du rayonnement et de l'attractivité du territoire.

Par ailleurs, le développement de l'internet mobile est annonciateur de nouvelles évolutions au moins aussi importantes que celles de l'internet "classique". Les territoires gagnants seront ceux qui seront capables d'analyse et d'anticipation.

Remerciements

Le Conseil conduit ses premières réflexions d'une part à partir de l'expérience de ses membres et d'autre part en procédant à diverses auditions :

À ce jour :

- Patrick ARDOIS, Directeur de l'Agence Double mixte, spécialiste des médias locaux
- Walter BONOMO, Chef de projet multimédia à l'Université de Nantes, Responsable du développement des nouveaux médias éducatifs, fondateur et animateur de TV Rezé
- Pierre BOUCARD, Délégué national aux nouvelles technologies pour le syndicat national des radios libres
- Hervé JAIGU, Direction de l'innovation à Nantes métropole
- Dominique LUNEAU, Directeur fondateur de l'agence Atlantique Presse Informations, ancien Directeur de Télénantes et de Presse Océan, Président l'association des medias indépendants nantais.
- Corinne MARCHAND, Responsable Aménagement numérique du territoire à Nantes métropole.
- Adrien POGGETTI, Chef du projet Atlantic 2.0, porteur du projet de "cantine numérique" à Nantes
- Cécile THOMAS, Directrice de l'association Médiagraph
- Eric WARIN, Directeur du Centre de communication de l'Ouest, Président de Nantes Tv7, Responsable de la filière médias de Sciencescom.

Pour mémoire

Au-delà de ce questionnement ciblé sur la production et la circulation de l'information dans les territoires, le Conseil de développement de Nantes métropole a apporté un soutien citoyen à l'initiative dite de la "cantine numérique"

Porté par une pépinière de jeunes entrepreneurs nantais talentueux, ce projet qui a trouvé le soutien des collectivités locales, va devenir, après Paris, une réalité à Nantes pour être à la fois le facilitateur et l'incubateur des futures entreprises 2.0 qui construisent l'économie du futur.

Ce soutien citoyen est particulièrement important pour ce type de projet qui marque la capacité d'un territoire à préparer l'avenir.

