

**MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE, DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE**

Inspection générale de l'administration de
l'éducation nationale et de la recherche

Inspection générale de l'éducation nationale

**Mission d'étude sur le rôle du guichet
unique dans la procédure de reconnaissance
d'intérêt pédagogique**

N° 2004-160

DECEMBRE 2004

Henry Pradeaux
Inspecteur général de l'administration de
l'éducation nationale et de la recherche

Jean-Michel Bérard
Inspecteur général de l'éducation nationale

SOMMAIRE

Introduction	1
1. Description	1
<i>1.1 Origine et contexte</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Cadre légal.....</i>	<i>2</i>
<i>1.3 Mécanisme.....</i>	<i>3</i>
<i>1.3.1 Le dépôt.....</i>	<i>3</i>
<i>1.3.2 Le traitement</i>	<i>4</i>
<i>1.3.3 Le financement des achats.....</i>	<i>6</i>
2. L'application.....	6
<i>2.1 Les acteurs.....</i>	<i>6</i>
<i>2.1.1 La sous-direction des technologies d'information et de communication.....</i>	<i>6</i>
<i>2.1.2 Les experts.....</i>	<i>7</i>
<i>2.1.3 Les inspecteurs généraux</i>	<i>8</i>
<i>2.1.4 La commission multimédia</i>	<i>9</i>
<i>2.2 Les méthodes de travail.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2.1 Le cadre général</i>	<i>10</i>
<i>2.2.2 La transparence</i>	<i>10</i>
<i>2.2.3 Les délais.....</i>	<i>11</i>
<i>2.3 L'utilisation des crédits déconcentrés.....</i>	<i>12</i>
<i>2.3.1 Les politiques académiques.....</i>	<i>12</i>
<i>2.3.2 Le guichet unique observatoire de l'utilisation des crédits</i>	<i>13</i>
3. Attribution de la marque, pratiques et produits	14
<i>3.1 Les usages</i>	<i>14</i>
<i>3.1.1 La notoriété de la marque.....</i>	<i>14</i>
<i>3.1.2 Un garde-fou</i>	<i>15</i>
<i>3.2 Les représentations des éditeurs</i>	<i>15</i>
<i>3.2.1 Le cadre général</i>	<i>15</i>
<i>3.2.2 Le CNDP et les CRDP</i>	<i>16</i>
<i>3.2.3 Les grands éditeurs privés</i>	<i>17</i>
4. Conclusions et recommandations	17
<i>4.1 Maintenir la marque RIP et le cadre de la procédure</i>	<i>17</i>

<i>4.2 Étudier rapidement les modalités de sa mise en œuvre pour les sites en ligne.....</i>	18
<i>4.3 Améliorer la procédure</i>	19
4.3.1 Les délais.....	19
4.3.2 La transparence	19
4.3.3 La déclinaison de la marque par catégories	20
<i>4.4 Contribuer à l'évolution des pratiques pédagogiques</i>	20
<i>4.5 Étudier l'opportunité d'élargir la procédure aux produits para et péri scolaires</i>	21
Annexes	23

Introduction

Par note du 22 juin 2004 le doyen de l'inspection générale de l'éducation nationale et le chef du service de l'inspection générale de l'administration de l'éducation nationale et de la recherche, faisant suite à une saisine du ministre de l'éducation nationale en date du 8 juin 2004 ont déclenché une mission conjointe d'étude sur le rôle du guichet unique dans la procédure de reconnaissance d'intérêt pédagogique, dans le cadre d'un audit sur la marque « Reconnu d'Intérêt Pédagogique » (RIP).

Cette étude conduit à décrire cette procédure, à observer la réalité de son application, à la mettre en regard des objectifs initiaux et des pratiques, pédagogiques ou éditoriales, enfin à avancer quelques recommandations.

1. Description

1.1 Origine et contexte

Cette procédure de labellisation est née d'une volonté de développement du multimédia dans l'éducation. On en trouve une origine dans des travaux parlementaires menés en juin 1997 par un sénateur du Finistère à l'occasion d'un rapport remis au Premier ministre concluant une mission relative au développement des technologies nouvelles dans les établissements scolaires. Les « plumes » des experts du ministère ont été mises à contribution à cette occasion. Parmi les trente deux propositions émises « pour une bonne intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'éducation » on peut relever celles-ci (les soulignements ont été introduits pour la rédaction du présent rapport) :

« 13) Face à la masse de données accessibles sur le réseau, il y a urgence à définir les cadres qui permettront aux élèves et aux enseignants d'accéder aux informations pertinentes, hiérarchisées et structurées nécessaires à leur apprentissage ou à leur enseignement. Il s'agit d'offrir à la communauté éducative les garanties quant aux informations et aux sources qu'elle sera amenée à consulter et à utiliser.

14) Un effort particulier est nécessaire pour favoriser la création de produits pédagogiques performants (simulation, enseignement assisté par ordinateur, etc.) si nous ne voulons pas rapidement être contraints à n'utiliser, dans notre système éducatif, que des productions d'autres pays. Une procédure

nationale d'aide, en amont de la production, à la création de multimédias en ligne ou hors ligne serait fortement souhaitable.

15) Il faut favoriser l'émergence de tout contenu qui contribue à élargir le champ du savoir de l'élève et participe à son éveil tout en veillant toutefois à ce qu'il corresponde aux programmes d'enseignement. Il s'agit aussi d'encourager les partenariats avec les grands organismes culturels et scientifiques pour mettre à la disposition des élèves, des enseignants et des divers acteurs du système éducatif des contenus adaptés à leurs besoins

30) Une labellisation de certains logiciels éducatifs ou bases de données pourrait leur donner un statut particulier qui leur ouvrirait le droit à une exonération de la TVA. »

Trois objectifs désignés par ces travaux gouvernemental et parlementaire (le Sénateur étant en mission pour le Premier ministre) doivent être retenus : garantir la qualité des ressources, favoriser la création nationale, respecter les programmes.

Ce volontarisme étant partagé par le ministère, la direction de la technologie (DT) a développé ses procédures et la note de service citée ci-dessous indique en introduction que « *cette démarche s'inscrit dans le cadre du programme gouvernemental pour l'entrée dans la société de l'information afin d'encourager la production et la diffusion de contenus pédagogiques et scientifiques et de contribuer ainsi au développement des usages des technologies de l'information dans l'enseignement.* »

1.2 Cadre légal

La circulaire numéro 98-171 du 2 septembre 1998, publiée par le bulletin officiel de l'éducation nationale (BOEN) spécial numéro 9 du 10 septembre 1998 consacré au dispositif de soutien au développement des ressources multimédias et audiovisuelles pédagogiques, rendait publique une « fiche technique » d'information sur la procédure du « guichet permanent ».

Et c'est aussi sous cette même appellation que l'on trouve dans l'annexe de la note de service n°99-120 du 10 août 1999, intitulée « Règlement d'usage de la marque... » adressée « *aux recteurs, aux inspecteurs d'académie, aux directeurs des services départementaux de l'éducation nationale, au directeur du CNDP, aux directeurs d'instituts universitaires de formation des maîtres (IUFM) et aux chefs d'établissements* » la seconde référence officielle au guichet unique. Cette note a été publiée dans le BOEN numéro 30 du 2 septembre 1999. Elle faisait suite au dépôt, par le ministère de l'éducation nationale de la marque « *Reconnu d'intérêt pédagogique* » auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) le 28 juin 1999 sous le numéro national 997800790.

Enfin le BOEN spécial numéro 9 du 10 août 2000 publiait la circulaire du 31 juillet 2000 avec, notamment, les modifications apportées à la composition et au rôle de la commission multimédia. L'ensemble de ces dispositions, de niveau infra réglementaire, rendent quasi décisionnaire cette commission multimédia, le ministre chargé de l'éducation nationale s'interdisant, explicitement dans la note de service du 10 août 1999 mais moins nettement dans le texte du BOEN spécial du 10 août 2000, ne pas suivre ses avis.

1.3 Mécanisme

1.3.1 Le dépôt

Il est assimilé à celui de l'expertise pour les « soutiens à projet » exposé dans le BOEN spécial du 10 septembre 1998 de la façon suivante :

La procédure du "guichet permanent" pour l'expertise de logiciels et bases de données à usage pédagogique fonctionne dans les conditions suivantes.

Si vous avez des produits que vous souhaitez présenter pour être expertisés, il convient de suivre les modalités suivantes:

1- Pour chaque produit présenté à l'expertise

- envoi en trois exemplaires minimum (1) du produit dans sa version monoposte et dans les différentes configurations où il existe (PC, Mac) ; le produit doit pouvoir être testé par plusieurs personnes et sur plusieurs machines ;

- si le produit a une version réseau qui présente des fonctionnalités particulières - et uniquement dans ce cas - envoi d'un exemplaire de cette version;

- s'il s'agit d'un produit en ligne ou d'un produit mixte (sur serveur et sur cédérom), fournir les indications permettant d'y accéder;

Le ministère se réserve la possibilité de demander des exemplaires supplémentaires, si besoin est. Les exemplaires sont mis à la disposition du ministère à titre gratuit. Ils sont conservés s'ils sont retenus pour leur intérêt pédagogique. Si le produit n'est pas retenu ils sont renvoyés à l'éditeur si celui-ci en fait la demande lors de l'envoi.

2-Envoi en trois exemplaires de la fiche descriptive du produit (suivant le modèle joint en annexe 2).

3- Envoi d'une fiche récapitulant la liste des produits présentés à l'expertise (avec l'indication des disciplines concernées).

4- Le courrier d'accompagnement devra préciser la personne qui doit être contactée pour le suivi général des expertises.

5-L'ensemble doit être envoyé à :

Ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie

Direction de la technologie

Sous-direction des technologies éducatives et des technologies de l'information et de la communication

Bureau des ressources multimédias (DT B2) Bâtiment Boncour

1, rue Descartes

75231 Paris cedex 05

en indiquant sur l'enveloppe de manière bien apparente:

expertise de logiciels et base de données "guichet permanent".

6 - Afin de préparer la réception, il est demandé d'envoyer par fax un double du courrier et de la fiche récapitulative fax: 01 46 34 48 58.

Seuls les envois qui parviendront selon cette modalité seront pris en compte.

Vous recevrez un accusé de réception sous quinzaine ainsi qu'un numéro d'enregistrement.

(1)Trois exemplaires lorsqu'une seule discipline est concernée; ajouter deux exemplaires pour chaque discipline supplémentaire

On relèvera que la pénultième phrase de ce document, soulignée par les auteurs du présent rapport, donne un caractère impératif à la procédure décrite et consacre la réalité du « guichet unique ». Celui-ci sera d'autant plus respecté que c'est aussi par lui que transitent les demandes de subvention à projet.

1.3.2 Le traitement

Le « Règlement d'usage de la marque », rédigé et joint en annexe de la note de service précitée, datée de juillet 1999, précise que « *la procédure ayant abouti à cette décision d'autorisation s'appuie sur l'évaluation réalisée par un réseau d'experts pédagogiques et une commission multimédia chargée, dans le cadre du dispositif précité, de sélectionner les programmes multimédias dont les contenus répondent au mieux aux critères de reconnaissance pédagogique* ». Cette procédure est exposée au quatrième paragraphe qui consacre l'autorité de la commission multimédia en ces termes : « *Les produits sont présentés, après expertise, à la commission multimédia qui a pour charge de reconnaître l'intérêt pédagogique de chacun d'eux en fonction des critères précisés à l'article III. Le ministère, en cas d'avis positif de cette dernière, accorde à la personne soumissionnaire au dispositif de soutien, l'autorisation expresse et écrite d'utiliser la marque, sous condition de respecter les conditions d'usage définies par les présentes.* »

Ce texte, que l'on trouvera en annexe, a été amendé sur quelques points : la composition de la commission a été modifiée pour s'ouvrir à des représentants de l'édition privée, et la périodicité des réunions de la commission est passée de : «*environ tous les deux mois*» à « *au moins quatre fois par an* ». Enfin si le

texte du BOEN spécial du 10 août 2000 ne reprend pas les termes du paragraphe ci-dessus, il indique cependant, concernant la commission, qu'elle a pour rôle « *de décider...la reconnaissance d'intérêt pédagogique* »

Le ministère délègue donc pleinement à la commission multimédia son autorité décisionnaire dans ce domaine et renvoie logiquement vers la commission toute demande d'explication des rejets. Ces « contestations » sont traitées par le bureau de la DT chargé des ressources multimédia qui assure le secrétariat de la commission.

Cette procédure n'a, à ce jour, soulevé aucune contestation ou contentieux de fond ou de forme. Elle est connue d'autant plus aisément que la direction de la technologie en assure la diffusion la plus large et que ce texte est consultable par tous sur tous les sites en ligne du ministère et des rectorats. En outre cette direction ne manque pas de guider, fort aimablement, ceux qui s'égarent. Cette souplesse est à double sens : l'accusé de réception et le numéro d'enregistrement, expressément prévu dans la procédure, ne sont plus attribués sans que personne ait trouvé à s'en plaindre. Il conviendra que cet accommodement avec la procédure cesse. Ce comportement montre que les critiques formulées contre l'importance des délais d'attribution de la marque ne sont pas perçues dans leur acuité par les fonctionnaires en charge ou acteur de la procédure.

L'expertise est ouverte aussi bien pour les produits « en ligne » que pour les céderoms alors que la note de service précitée indique : « *Actuellement le dispositif de reconnaissance d'intérêt pédagogique concerne uniquement les logiciels et les produits multimédias hors ligne* ». Les produits sont remis gratuitement au ministère au moins en triple exemplaire.

En l'état cette procédure permet au contrôle financier du ministère de considérer, *a priori*, que les formalités d'information préalable à des achats groupés de céderoms sont respectées et qu'au moment de l'achat c'est bien le meilleur produit qui est choisi .

Le « guichet permanent » a reçu, de 1998 à 2004, 1907 demandes d'attribution de la marque. 1695 produits ont été expertisés et 572 acceptés soit 33,7 % parmi lesquels de rares produits en ligne ; 769, soit 45,4 % ont été refusés et 354, soit 20,8 % ajournés avec demandes de modifications. Au 30 mars 2004, 251 produits étaient en cours d'expertise ou venaient d'être déposés. Au 1^{er} octobre 2004, 160 produits étaient en cours d'expertise, dont 40 reçus fin août 2004. On trouvera en annexe 4 un tableau retracant l'évolution du nombre de produits « ripés » et un bilan des décisions prises par les commissions multimédia avec une répartition par discipline depuis 1998.

1.3.3 Le financement des achats

En 2003, le ministère de l'éducation a consacré 2,25 millions d'euros à des achats de produits « Ripés » dont 1,8 millions ont été délégués aux académies. L'utilisation de crédits d'État est possible dans le cadre de l'article 14 de la loi du 22 juillet 1983 et du décret du 25 février 1983.

En 2004, ces délégations de crédits se sont élevées à 1,2 million d'euros. On trouvera en annexe un bilan des opérations d'achat de produits RIP pour 2003 et 2004 établi par la DT. Une circulaire adressée par le directeur de la technologie aux recteurs précise le mode d'emploi de ces crédits inscrits aux chapitres 37-81 et 37-83.

Selon la DT, cette politique d'encouragement s'est traduite en 2003 par l'achat de plusieurs dizaines de milliers de produits RIP. Il est demandé aux académies d'établir un projet pour leurs établissements du second degré, précisant les thèmes et les niveaux d'enseignement visés, le nombre d'élèves concernés, la liste des produits dont l'achat est envisagé ainsi qu'une estimation financière du coût total.

La DT, en 2004, a été amenée à moduler la répartition académique de ces crédits pour tenir compte de la réalité des ressources réellement disponibles, en particulier pour certaines académies bénéficiant de moyens accordés par les régions pour développer l'usage des outils informatiques.

2. L'application

2.1 Les acteurs

Concrètement, la mise en œuvre du processus d'attribution de la marque repose essentiellement sur des agents et fonctionnaires du ministère de l'éducation nationale. Chacun de ces acteurs a des fonctions théoriquement différentes : organisation pour la sous-direction des technologies d'information et de communication dans l'enseignement de la direction de la technologie (sdtice), évaluation pour les experts, régulation pour les IGEN, prise de décision pour les membres de la commission multimédia.

2.1.1 La sous-direction des technologies d'information et de communication

Ce sont les agents et fonctionnaires de la sdtice qui assurent le fonctionnement du dispositif. La sdtice a regroupé les diverses disciplines par domaines (exemple : mathématiques sciences physiques, SVT), chacun des domaines est suivi par un agent qui a en charge le fonctionnement d'un groupe d'experts présidé par un IGEN. Ces agents de la sdtice sont les secrétaires généraux de ces groupes et parfois leur rapporteur. Ce sont des enseignants détachés à plein temps ou à temps partiel à l'administration centrale, ou des fonctionnaires du

ministère (attachés d'administration centrale). Celles et ceux avec qui des entretiens ont été conduits dans le cadre de cette enquête estiment consacrer 15 à 20% de leur temps de travail à la procédure d'expertise de la marque RIP au sens strict : répartition des produits entre les experts, relations avec les experts et leurs présidents de groupe, synthèse des avis, élaboration des propositions pour la commission multimédia, suivi éventuel auprès des éditeurs. Toutefois, une comptabilité analytique rigoureuse est difficile. En effet, outre leur rôle dans le cadre de la stricte procédure d'expertise RIP, ils ont d'autres responsabilités : enregistrement des produits, maintenance de la base de données, suivi des procédures d'achat en nombre par exemple. Ils ont, au sein de la sdtice, des responsabilités connexes (suivi des procédures de soutien à la production par exemple) et ont à traiter de problèmes similaires : visibilité sur le secteur de l'édition, pertinence didactique des produits, etc. Ils sont par ailleurs associés au travail d'harmonisation des choix et décisions au sein de leur bureau ou de la sous-direction, travail qui leur confère une bonne vue d'ensemble sur l'historique et les enjeux du secteur dont ils assument le suivi.

2.1.2 Les experts

Les groupes d'experts sont souvent composés de personnes ayant une expérience ancienne et confirmée de l'usage des technologies d'information et de communication (TIC) dans leur discipline. Certains se sont investis dans ce secteur dès les années 80, ont participé, en son temps, à la procédure des licences mixtes et n'ont jamais cessé de consacrer à l'usage pédagogique des TIC une part notable de leur investissement professionnel. Ce sont donc souvent des praticiens expérimentés des TIC, par ailleurs investis de responsabilités académiques (responsable du site académique de la discipline, interlocuteur académique disciplinaire de la DT...). Depuis deux ans, la DT fait, prudemment, évoluer ce profil en étendant le recrutement à des enseignants plus récemment investis dans le domaine. Sans doute conviendra-t-il, à terme, de « panacher » la composition des groupes, en associant des enseignants fortement utilisateurs des TIC dans leur enseignement à des enseignants moins expérimentés dans le domaine.

Des entretiens ont été conduits avec sept experts tirés au hasard dans les listes des différents groupes d'experts disciplinaires remises par la sdtice ; les données issues de ces entretiens ont été confrontées avec les renseignements donnés par les fonctionnaires de la DT et les IGEN qui président les groupes.

Il ressort de ces observations que les pratiques de travail des différents groupes peuvent varier notamment d'une discipline à l'autre, mais qu'il n'en résulte pas de forte hétérogénéité dans les critères d'expertise, la cohérence étant assurée par la sdtice.

Le plus fréquemment les experts sont sollicités directement par la sdtice, qui utilise ici sa bonne connaissance du domaine. L'initiative en la matière appartient rarement aux corps d'inspection territoriaux ou nationaux.

Il convient de relever que les membres des groupes d'experts sont toujours en prise avec une réelle pratique d'enseignement : les professeurs membres des groupes, même déchargés partiellement d'enseignement pour des fonctions d'animateur TIC académique ou autres, sont en fonction dans un établissement et utilisent les TIC avec leurs propres élèves. Pour le premier degré par exemple, la commission est formée d'enseignants des écoles, d'IEN ayant une circonscription, de maîtres formateurs auprès des IUFM. La perception qu'ont parfois des enseignants : « *Ces commissions sont formées de technocrates parisiens coupés du terrain* », semble sans aucun fondement. Cette perception déborde, au demeurant, largement le domaine des TIC et concerne plus généralement toute indication émanant de la « centrale ». C'est donc bien au-delà du champ de cette enquête qu'il convient de s'interroger sur les méthodes de pilotage du système éducatif.

Les experts doivent signer lors de leur recrutement une charte déontologique dite charte d'expertise que l'on trouvera en annexe. Peu se rappellent l'avoir fait, mais tous ont une connaissance claire et affirmée du fait qu'ils ne doivent pas communiquer avec les éditeurs et que leurs avis ne doivent être transmis qu'à la DT.

Pour des raisons de limitation du « vivier » de compétences, il était, selon la DT, difficile, lors de la constitution initiale des groupes, d'exclure tout expert par ailleurs engagé dans un travail de production auprès d'un éditeur. La règle visant à ce qu'aucun expert ne soit associé à l'expertise de produits émanant de son propre éditeur est toutefois toujours respectée. Les responsables de la DT estiment, judicieusement, que cette situation doit évoluer, et qu'il est désormais possible de recruter des experts étrangers au monde de l'édition.

Les experts reçoivent directement de la DT les produits à expertiser.

2.1.3 Les inspecteurs généraux

Des entretiens ont eu lieu avec cinq des douze inspecteurs généraux présidents de groupe d'experts.

Les pratiques varient fortement selon les disciplines. Un seul groupe est réuni ou souhaite se réunir plusieurs fois par an, la pénurie des crédits de déplacement contrariant cette ambition. Ces rencontres contribuent à l'échange d'informations mais surtout à la création et à l'actualisation d'une véritable jurisprudence des avis. L'élaboration de cette doctrine est soumise à la discussion et donne plus de force aux motivations des décisions de rejet ou d'acceptation d'attribution de la marque RIP entérinées par la Commission

multimédia. Dans d'autres disciplines, les experts sont réunis rarement, parfois faute de produits à examiner, le plus souvent parce que les décisions à prendre ne nécessiteraient pas d'échanges en réunion. Cela n'empêche pas les échanges d'être réels, mais ils ont lieu par courrier électronique.

Les IGEN présidents des groupes d'experts sont, en général, désignés par le doyen de leur groupe, souvent en raison de leur intérêt pour les TICE. Les experts sont choisis, comme indiqué précédemment, le plus souvent par la sdtice, les IGEN présidents des groupes pouvant toutefois récuser tel ou tel choix ou proposer de nouveaux experts.

Chacun de ces IGEN connaît l'existence de la « charte d'expertise des produits multimédias » remise par la DT aux experts (cf. annexe). Aucun ne signale de manquements aux règles de confidentialité et de neutralité. Les questions de temps et de délai pour la remise de leurs travaux d'expertises ne leur semblent pas poser problème, mais tous font référence à des délais allant jusqu'à trois mois, sans tenir compte des écarts à cette moyenne et tous insistent sur l'importance de la validation « *devant des élèves* » des produits proposés. Tous s'interrogent sur le devenir de la marque devant la montée des produits en ligne.

2.1.4 La commission multimédia

Présidé par le directeur de la technologie ou son représentant, elle est composée essentiellement de hauts fonctionnaires du ministère de l'éducation nationale, elle est ouverte à un représentant du ministre de la culture, à six personnalités compétentes dans le domaine des ressources multimédia pédagogiques mais qui sont eux aussi des fonctionnaires de l'éducation. Enfin, elle peut faire appel « en tant que de besoin » à des experts. C'est ainsi que des représentants du monde de l'édition privée sont désormais pleinement associés aux travaux.

Un compte rendu de chaque séance est établi et fait l'objet d'une approbation au début de la séance suivante. Ce compte-rendu fait apparaître les noms des présents, des excusés et des absents élaborés à partir d'une liste d'émargement. La décision sur l'attribution des marques RIP n'est que l'un des points de l'ordre du jour assez chargé des réunions. Un fonctionnaire de la sdtice présente les synthèses des expertises et un rapporteur, en général un fonctionnaire chargé de la discipline, intervient pour chaque produit. Les motifs d'acceptation ou de rejet sont exposés et une décision est prise, après débat, par la commission dans son ensemble. Ces motivations sont reprises dans le compte rendu écrit de chaque séance.

2.2 Les méthodes de travail

2.2.1 Le cadre général

Les différences des méthodes de travail selon les groupes d'experts portent sur les points suivants :

- On observe toutes les situations entre les deux extrêmes suivantes : dans un groupe, les experts (trois au minimum) reçoivent le produit et l'analysent, renvoient leur avis par courrier électronique à la DT. Le responsable DT analyse les avis, l'IGEN n'intervient qu'à la demande de ce dernier lorsque les avis des experts sont trop divergents ou que le responsable DT estime que ces avis posent problème par rapport au cahier des charges. Dans un autre groupe, les experts renvoient leur avis à la DT et sont ensuite systématiquement réunis sous la présidence effective de l'IGEN. Les avis sont confrontés de façon à les faire évoluer vers une doctrine commune, formalisée par écrit.
- l'essai du produit en classe avec des élèves est très fréquent mais pas systématique ; il arrive en effet que la nature du produit à expertiser se prête mal à une telle expérimentation dans le délai imparti ou à la période de l'année dans laquelle on se trouve ;
- peu de groupes disposent d'un cahier des charges didactique explicite pour leur discipline, afin de préciser le cadre général des attentes définies par l'institution. Les critères retenus sont donc ceux du cahier des charges général de la marque (à partir duquel la sdtice a élaboré une fiche d'expertise renseignée par les experts), et ceux résultant de l'expérience de l'expert, du responsable de la sdtice et de l'IGEN qui préside le groupe.

2.2.2 La transparence

Tous les experts et les IGEN interrogés considèrent que les critères déterminants de l'expertise sont la rigueur du contenu, d'une part, et la pertinence des usages en classe, d'autre part (ce deuxième critère inclut la nécessité de conformité aux programmes et instructions).

Les produits « culturels ou documentaires » prennent dans les réponses des experts une spécificité : ils répondent à des critères dans lesquels la place de l'utilisation directe dans la classe est moindre, sans que cela fasse obstacle à l'attribution de la marque.

Malgré les variations des méthodes de travail décrites ci-dessus, il ne semble pas y avoir de dérives majeures dans les attributions de la marque selon les disciplines. La cohérence globale est assurée par la forte compétence des acteurs aux différents niveaux. Il n'est pas illégitime que, selon la discipline ou le

champ d'enseignement, des spécificités soient prises en compte, conformément aux textes et aux publics (caractère expérimental de l'enseignement en physique et chimie et en SVT par exemple). Il demeure que les fluctuations et dissonances peuvent et doivent être corrigées par une meilleure coordination des différents groupes d'experts.

Des reproches sont émis parfois par des éditeurs qui considèrent qu'il s'agit d'une procédure sans appel et sans avocat. Les documents étudiés (tels que des exemples de lettres de refus aux éditeurs) et les procédures décrites par la sdtice conduisent à relativiser cette crainte. Les lettres de refus sont en général motivées, et, surtout, les responsables de la sdtice reçoivent à leur demande les éditeurs pour, au-delà même du refus sur un produit donné, expliciter les intentions et les motifs des choix. Dans quelques cas, cette politique a permis, au fil du temps, pour tel ou tel éditeur, une évolution didactique intéressante des produits présentés. Cette évolution apparaît comme un effet positif « collatéral » non négligeable de l'existence de la marque. Dans tel cas particulier, il semble même que le rôle de conseil demandé par l'éditeur au ministère pourrait aboutir à transformer la sdtice en bureau d'étude pédagogique et didactique de l'éditeur, ce qui n'est pas son rôle. Là encore, les dissonances et fluctuations doivent et peuvent être corrigées par une meilleure harmonisation des modalités d'intervention des responsables de la sdtice auprès des éditeurs.

La portée des critiques des éditeurs est atténuée depuis qu'ils sont, *de facto*, associés aux travaux d'expertise à travers leur participation active à la commission multimédia.

Une amélioration de la méthode selon laquelle se constituent la pensée collective et une doctrine commune explicite et s'élaborent et s'affinent les critères d'évaluation dans chaque discipline doit cependant être recherchée. La communication avec les éditeurs peut sans aucun doute être améliorée sur ce point. La réflexion de la sdtice doit porter sur les façons d'améliorer cette communication sans créer de contraintes juridiques excessives par la publication de cahiers des charges détaillés à l'excès, qui conduiraient à une paralysie du système.

2.2.3 Les délais

Il s'écoule trois semaines à un mois entre le moment où l'expert reçoit le produit et le moment où il renvoie son avis. Ce délai semble incompressible, surtout si l'on tient, à juste titre, à maintenir l'exigence d'essais avec des élèves, ce qui est fortement recommandé par la charte d'expertise. Plusieurs experts citent l'existence, dans leur propre travail, de délais pouvant atteindre deux à trois mois.

Deux paramètres forts : les réunions bimestrielles de la commission multimédia et les congés scolaires sont une contrainte forte pour cette question des délais. Si on peut concevoir que la commission multimédia soit plus souvent réunie, ce qui ne va pas de soi compte tenu de la diversité des obligations de ses membres, on ne saurait outrepasser les contingences de l'année scolaire sauf à renoncer à l'expertise en classe.

En réalité, ce sont les écarts avec les délais moyens qui posent problème. Dans l'état actuel de la procédure ils ne sont pas constatés ni, *a fortiori*, corrigés.

Aux questions précises posées sur les délais entre la date de dépôt des produits présentés et la réunion de la commission multimédia décisionnaire, la sdtice ne peut répondre immédiatement : sa base de données actuelle ne permet pas d'obtenir cette information automatiquement. Après recherche, il est indiqué que « *les délais moyens sont de trois mois avec une variation qui peut aller de trois semaines à six mois* ». Mais il est précisé que « *quelques produits ont nécessité des délais supérieurs mais cette situation reste très exceptionnelle* ». En définitive, la sdtice reconnaît que quelques produits en langue vivante, en outils multimédias, en économie/gestion et STT ont nécessité des délais pouvant aller jusqu'à un an, sans toutefois en préciser les raisons.

Enfin la sdtice précise qu'«*il convient de souligner le cas particulier des produits pour lesquels la commission demande des modifications. Le délai dépend alors de la volonté (ou non) des éditeurs de procéder aux modifications demandées*».

2.3 L'utilisation des crédits déconcentrés

2.3.1 Les politiques académiques

Un sondage effectué dans trois académies montre que les crédits déconcentrés sont diversement utilisés selon l'académie et d'une année à l'autre.

En 2003, l'académie de Montpellier a utilisé les 180 000 € de crédits qui lui ont été délégués en attribuant une subvention de 942,60 € à chaque collège. Cette attribution était accompagnée d'une circulaire très incitative « fléchant » ce crédit au profit de la lutte contre l'illettrisme, priorité de la politique ministérielle, à partir de produits « RIP » vendus par le CRDP. En 2004, c'est la culture scientifique, autre priorité ministérielle, qui a été retenue et les collèges ont reçu des crédits et des produits RIP différenciés en fonction des recommandations des IPR des disciplines scientifiques

En 2004, le recteur de Nantes a privilégié la politique de santé : prévention du tabagisme, alcoolisme, hygiène alimentaire en achetant des produits RIP au profit du réseau santé académique alors qu'en 2003, les produits des disciplines SVT avaient été retenus au profit de tous les lycées.

Dans l'académie de Rennes, en 2003, les 150 000 € délégués ont été utilisés dans le cadre d'un achat groupé, essentiellement au profit des collèges, ciblés sur des cédéroms portant sur la prévention des risques et les conduites addictives, sur les itinéraires de découverte, la prévention de l'illettrisme et la fourniture de ces outils au profit des élèves hospitalisés. Ces choix sont conformes aux priorités académiques et ont été débattus notamment avec les IPR de discipline mais, pour les atteindre, les achats ne se sont pas limités aux seuls produits « ripés ».

En 2004, ne bénéficiant pas de nouvelle délégation de crédit, l'académie de Rennes mettra à contribution ses propres ressources abondées, il est vrai, par des crédits régionaux dans un cadre contractuel.

Les crédits fléchés « RIP » sont bien, dans l'échantillon observé, utilisés pour l'achat de cédéroms éducatifs et, pour l'essentiel, au profit de produits « ripés ». D'autres lignes budgétaires sont-elles mises à contribution ? Dans les académies observées, il ne le semble pas. En particulier, ces opérations d'achats groupés ne sont pas assimilées à des achats de manuels scolaires ni au règlement des droits de photocopie. En réalité, les abondements nécessaires à l'achat de produits éducatifs multimédias proviennent des collectivités territoriales, notamment des départements et, depuis peu, des régions. Ces collectivités se sont engagées dans l'équipement informatique et multimédia des collèges et lycées au-delà de leurs obligations légales.

2.3.2 Le guichet unique observatoire de l'utilisation des crédits

De façon un peu exceptionnelle pour l'administration centrale, comme le souligne la sdlice elle-même, une enquête auprès des académies portant à la fois sur les aspects quantitatifs et qualitatifs accompagnait, en 2004, l'attribution des crédits déconcentrés. Dans la synthèse de cette enquête on relève, notamment, les indications suivantes :

« Les appréciations qualitatives formulées par les CTICE sur l'intérêt de l'opération font valoir que ce type de diffusion de produits RIP vient en appui d'actions prioritaires sur le thème des TICE conduites dans leur propre académie. Ils signalent à cet égard avoir pris appui sur les réseaux des IA-IPR pour définir une sélection de produits pouvant répondre aux besoins des élèves et des enseignants pour un certain nombre de disciplines. Quand ils expriment des réserves ou des suggestions d'amélioration de la procédure RIP, ils font référence à des contraintes de délais ou expriment différents types de souhaits quant à la possibilité de disposer de versions « réseau » des produits ou encore d'assurer sur la durée la gestion de titres anciennement « RIP » aujourd'hui sortis des catalogues des éditeurs. Dans tous les cas, ils s'interrogent sur les améliorations à apporter à la diffusion de produits RIP dans une perspective de

meilleur repérage des usages induits ; ils peuvent être aussi intéressés par une meilleure connaissance des besoins exprimés par les établissements. »

3. Attribution de la marque, pratiques et produits

3.1 Les usages

Les études relatives aux effets de la marque RIP sur les usages faits par les enseignants sont l'objet d'une autre étude dans le cadre de l'audit général de la marque RIP. Ces effets ne sont donc abordés ici que de façon latérale, dans la mesure où des éléments d'information relatifs à cette question sont perceptibles dans les entretiens conduits avec les responsables de la sdtice et les experts.

3.1.1 La notoriété de la marque

L'enquête intitulée « test de notoriété et d'image de la marque RIP » conduite par Ipsos en novembre 2000 fait apparaître que cette marque est surtout connue des corps d'inspection et que 90% des enseignants ne la connaissent pas.

La perception du terrain qu'ont les membres des groupes d'experts interrogés par les IG dans le cadre de la présente enquête résulte non d'une enquête quantitative mais de leur expérience d'utilisation des TIC ou de leur expérience d'interlocuteur académique de la DT ou d'animateur académique TIC. Ces experts pensent tous pouvoir affirmer que la marque RIP n'est pas un critère déterminant de choix d'achat par les enseignants. Dans l'enseignement primaire, on constate même que certains produits pour lesquels la marque a été refusée ont cependant une bonne diffusion.

On a coutume d'attribuer cette situation au fait que la marque est peu connue et l'on préconise usuellement de développer les moyens permettant de la faire connaître (implication plus grande des CRDP, campagnes d'information, etc.).

Il est souhaitable d'affiner ces hypothèses, certes nécessaires mais quelque peu évidentes, en analysant les effets d'autres facteurs :

- facteurs techniques : les cédéroms recevant la marque RIP peuvent-ils être effectivement et sans incidents utilisés sur le réseau de l'établissement lorsqu'on achète une licence adéquate ? Ces logiciels fonctionnent-ils de façon satisfaisante sur les matériels de niveau hétérogène que l'on trouve dans les établissements ? La disposition des ordinateurs dans l'établissement (salles informatiques plutôt que postes en fond de classe ou en libre service) permet-elle une utilisation pédagogique souple, répondant aux nécessités d'une prise en compte de l'hétérogénéité des élèves ? Ce dernier point apparaît comme pouvant être déterminant. Peu d'enquêtes sur les pratiques pédagogiques induites par la disposition géographique des ordinateurs ont été conduites et le ministère n'aide pas

suffisamment les collectivités territoriales dans leurs réflexions concernant les incidences pédagogiques de la nature des équipements ;

- facteurs liés à l'autonomie des enseignants : tout comme pour les manuels scolaires, les enseignants sont libres quant au choix des outils multimédia. De même, si elle représente pour certaines collectivités territoriales un élément important de choix, la marque RIP ne s'impose pas à elles comme une obligation. Cette remarque montre d'ailleurs le caractère très relatif des critiques adressées à la marque RIP par certains éditeurs, qui y voient le retour d'une « édition d'État ». Il demeure que, selon les personnes interrogées, cette marque est, au fil des années, de plus en plus perçue comme un critère de qualité. Les évolutions ne résulteront donc pas seulement de campagnes relatives à la notoriété mais d'actions permettant aux enseignants de saisir en quoi les logiciels « ripés » peuvent contribuer à améliorer la qualité de l'enseignement de leur discipline et contribuer à mieux répondre aux besoins des élèves. Les IGEN ont fait des recommandations dans de précédents rapports. Ils conseillent d'intégrer les usages des TIC dans les stages de formation continue relatifs aux diverses disciplines plutôt que de mettre en œuvre des stages « TIC ». La mise place du C2i enseignant, l'intégration des usages disciplinaires des TIC dans la formation initiale des corps d'inspection, la mention des usages des TIC dans les programmes seront sans doute, en la matière, des éléments déterminants.

3.1.2 Un garde-fou

Tous les experts associés à la procédure l'ont vécu : des cédéroms présentés au guichet unique sont refusés en raison d'erreurs, parfois grossières, constatées aussi bien dans des énoncés que dans des résultats. La liberté de l'édition et de l'utilisation étant incontournable, on ne saurait rendre le ministère responsable de ces produits. Mais si par malheur des élèves venaient à être trompés ou égarés par ce canal on peut s'attendre à ce que des parents d'élèves s'étonnent voire s'indignent de l'inaptitude institutionnelle à protéger leurs enfants. Dans ce contexte il est clair que, si la marque RIP n'existe pas, il faudrait l'inventer ! Elle ne suffit certes pas, à elle seule, à garantir la qualité de la production mais elle donne aux utilisateurs un outil compatible avec l'exercice de leurs responsabilités pédagogiques et c'est pourquoi il serait utile de le rappeler régulièrement aux enseignants.

3.2 Les représentations des éditeurs

3.2.1 Le cadre général

Tout nouveau produit obtenant la marque RIP peut faire l'objet d'un achat du ministère à fin de diffusion auprès des « prescripteurs » du système éducatif : correspondants TIC des académies, IEN, etc. En plus des crédits délégués aux

académies permettant des achats déconcentrés de produits RIP, la DT a consacré pour des achats groupés 0,2 million d'euros en 2003 et 0,15 million en 2004. Ces commandes ont permis à certains petits éditeurs non seulement d'élaborer un produit mais surtout d'y survivre. Cet aspect n'est pas à négliger : il montre que la marque RIP contribue au pluralisme de la production et constitue un vrai soutien à la création et l'innovation.

Au-delà de ces aspects financiers, le rapport des éditeurs avec la marque RIP est ambivalent. Ceux qui l'obtiennent le font savoir en des termes rappelant les faire part de mariage ou de naissance : « nous sommes particulièrement heureux de vous annoncer... », « toute l'équipe est très heureuse et très fière de vous annoncer... » ; ou la remise d'un prix ou d'une décoration : « ... s'est vu décerner... », « ... a reçu la distinction RIP ». L'aspect honorifique est reconnu *a contrario* par un éditeur en ces termes : « ... plus qu'un simple titre honorifique... une récompense ». Au-delà de ces appréciations collectées sur les sites internet des éditeurs, le ministère de l'éducation nationale et sa commission multimédia sont ainsi reconnus comme autorité.

3.2.2 Le CNDP et les CRDP

Le champ de cette enquête n'a pas conduit à étudier de façon approfondie la contribution qu'apportent le CNDP et les CRDP en tant que diffuseurs à la connaissance des produits RIP par le corps enseignant et à leur diffusion.

La place du CNDP et des CRDP par rapport à la marque RIP en tant qu'éditeurs pourrait utilement être clarifiée. Certains produits, édités par le CNDP et les CRDP, sont présentés au guichet de la marque RIP et, au terme de la procédure, ne reçoivent pas tous la marque. Dans d'autres cas le CNDP et les CRDP considèrent que leur statut et leurs méthodes de validation interne font que leurs produits n'ont pas à être présentés au guichet. Ainsi, le fascicule intitulé « Collèges Lycées 2004 2005, TICE des ressources numériques pour enseigner » comporte une liste de produits qui sont en général issus des CRDP et du CNDP, mais pas toujours. Dans ce catalogue, les produits bénéficiant de la marque RIP ne sont qu'en faible proportion (mais l'on doit, en positif, noter que n'y figurent pas, en première analyse, de produits présentés au guichet et pour lesquels l'attribution de la marque aurait été refusée).

Le rôle du CNDP et des CRDP dans la diffusion des produits bénéficiant de la marque, l'harmonisation des procédures de validation, la précision aux yeux des enseignants des places respectives des produits CNDP CRDP et des produits bénéficiant de la marque RIP doivent faire l'objet d'une clarification.

3.2.3 Les grands éditeurs privés

Au motif, légitime, de leur attachement à la liberté d'édition, les principaux éditeurs de manuels scolaires sont, au mieux, indifférents à la marque RIP, leurs productions, soutenues par la notoriété de leurs marques, n'ayant pas besoin, semble-t-il, du soutien de l'État ou de l'institution pour leur diffusion. Au pire ils y sont opposés. Ils y voient un risque d'extension des labellisations vers les manuels scolaires. Mais le ministère a, en réponse à ces critiques, décidé de les associer aux procédures d'expertises. Ils sont donc parties prenantes aux travaux de la commission multimédia du ministère de l'éducation. Cela n'a en rien modifié leur approche. Par contre ils bénéficient ainsi d'un excellent poste d'observation de la production et de la création dans ce secteur à très forte concurrence de l'édition scolaire et parascolaire.

4. Conclusions et recommandations

4.1 Maintenir la marque RIP et le cadre de la procédure

Les objectifs recherchés lors de la création de la marque ont-ils été atteints ? Le guichet unique y contribue-t-il ?

La proportion des produits refusés indique que le dispositif est effectivement sélectif. Un bilan sur six années montre que la proportion des produits auxquels la marque a été attribuée varie de 16% à 81% selon les disciplines.

Des cédéroms annoncés comme éducatifs comportent des erreurs de contenus ou ne répondent pas à des nécessités d'utilisation en classe, en particulier du fait d'une non-conformité aux programmes : la marque RIP leur a été refusée.

La marque apparaît ainsi comme jouant effectivement son rôle de critère de qualité des produits en vue de leur utilisation pédagogique.

La marque a-t-elle contribué à développer la création et la production nationale ? Le cadre de cette enquête ne permet pas de disposer des éléments quantitatifs et qualitatifs pour l'établir mais donne seulement quelques indices : ce sont souvent les plus petites et les plus jeunes entreprises d'édition qui présentent leurs produits et qui, grâce aux commandes du ministère, peuvent y survivre. De ce point de vue, on peut dire que la marque contribue à la création et à l'innovation. De plus, on a pu constater chez certains éditeurs une évolution notable des qualités didactiques des productions, induite par les procédures de dialogue avec la sdtice dans le cadre de l'attribution de la marque.

La marque a d'autres effets positifs, en particulier grâce à la procédure du guichet unique : l'avantage que peuvent trouver les éditeurs à participer aux travaux de la commission multimédia a été souligné ci-dessus : ils complètent

utilement leur connaissance de la production de produits pédagogiques et des attentes de l'institution. Cet avantage est bien évidemment aussi celui du ministère de l'éducation. Même si cette connaissance n'est pas exhaustive, elle est réelle, et ce à moindre frais, puisque les produits expertisés sont remis gratuitement en trois exemplaires au moins, à la DT. Bien entendu, les expertises ont un coût et des personnels consacrent du temps à la procédure d'attribution de la marque. Mais quel serait le coût d'un observatoire de la production multimédia pédagogique ? Et qui contesterait la nécessité de cette connaissance par le ministère de l'éducation nationale ?

Ces observations plaident pour le maintien de la marque et de la procédure RIP.

Encore faut-il qu'il existe des produits à « riper » et surtout qu'ils soient utilisés par les enseignants. Ceci passe par l'utilisation, en classe et par l'élève d'un outil aussi individualisé que l'était le plumier de nos parents et ne se heurtant pas à des problèmes de formatage et de partage. Les cédéroms à qui l'on attribue la marque doivent être facilement utilisables sur le réseau de l'établissement et prendre place dans le développement des bureaux virtuels et espaces numériques de travail des enseignants et des élèves. De plus, la marque ne survivra à terme que si elle réussit à s'adapter à la réalité de pratiques désormais ouvertes à l'utilisation de produits en ligne, tant l'usage de cédéroms apparaît souvent comme déjà obsolète.

4.2 Étudier rapidement les modalités de sa mise en œuvre pour les sites en ligne

Les évolutions des techniques et de l'offre éditoriale imposent absolument que la marque RIP prenne en compte non seulement des produits matérialisés (cédéroms) mais aussi des sites sur la toile. La direction de la technologie a, pour l'instant, expérimenté une procédure de validation portant sur de rares sites très spécifiques (encyclopédie par exemple). Cette validation se heurte à la question du caractère par nature évolutif des contenus mis en ligne. Elle pose également le problème de la responsabilité de l'éditeur (et donc de la caution donnée par la marque) sur les liens auxquels le site permet d'accéder. La définition d'une procédure d'attribution de la marque RIP à des sites est nécessaire et possible et, à cette fin, la réflexion doit aborder les points suivants :

- publication par le ministère d'un cahier des charges précis et explicite portant en particulier sur la rigueur des contenus scientifiques, le respect des programmes, la pertinence des utilisations en classe, le respect des lois relatives aux libertés des citoyens, l'explicitation sur le site du statut des documents mis en ligne vis-à-vis du droit d'auteur, la responsabilité quant au contenu des sites vers lesquels pointent les liens cités sur le site validé (contenu du premier lien), la présence sur le site des éléments qui permettent d'analyser la validité des documents mis en ligne (source,

auteur, date de création et de mise à jour, etc.), la responsabilité quant aux éventuels forums et à leur modération, le respect des critères de laïcité et de neutralité et l'absence d'incitation commerciale, l'interdiction de la collecte de données contenues dans l'ordinateur de l'utilisateur à partir du site ;

- validation du contenu du site à une date précise avec, éventuellement, définition d'une durée de validité de la marque attribuée ;
- validation d'une méthode permettant l'évolution du site et décrivant les procédures que l'éditeur s'engage à mettre en œuvre pour les mises à jour des contenus, avec en particulier l'existence d'un comité scientifique participant réellement à la validation et prenant la responsabilité des actualisations du site.

4.3 Améliorer la procédure

4.3.1 Les délais

Ils sont, lorsqu'il s'agit des délais moyens, difficilement compressibles sauf à mettre en cause la qualité de l'expertise. Cependant le passage à une réunion mensuelle de la commission multimédia accélérerait la procédure. Mais ce choix a un coût et, même si on peut le regretter, n'est pas, à ce jour, compatible avec les crédits dont dispose la DT.

En revanche, la mise en place d'un vrai « bureau d'ordre » assurant l'enregistrement des demandes (avec attribution effective, conformément aux textes, d'un numéro d'enregistrement) et ayant autorité pour refuser d'office et de façon soigneusement motivée les produits manifestement incompatibles avec l'attribution de la marque allègerait un peu la charge de travail de la commission et des experts. En outre, ce bureau pourrait gérer un vrai « tableau de bord » faisant apparaître les dépassements de délai dans la procédure. La sous-direction serait alors en mesure d'expliciter, pour les éditeurs, l'état d'avancement de la procédure pour chacun des produits présentés et les raisons d'éventuels retards. Il est prévisible que les écarts aux moyennes se réduiront alors sensiblement.

4.3.2 La transparence

En l'état, elle est souhaitée et recherchée par la DT, mais des marges de progression existent encore. Les « doctrines » et méthodes de travail des différents groupes d'experts doivent être harmonisées dans la forme et sur le fond, sans gommer pour autant les spécificités des différentes disciplines ni introduire de contrainte juridique supplémentaire. Les modalités d'échange et de dialogue avec les éditeurs, déjà améliorées par la présence d'éditeurs dans la commission multimédia, peuvent encore être approfondies.

En outre, la disparité résultant de l'écart de traitement entre le rejet simple et le rejet dans l'attente de modifications, proposées parfois de façon si détaillée que c'est une substitution au travail des éditeurs, entraîne *de facto* une inégalité de traitement des demandes. Une harmonisation des réponses est indispensable : l'attribution de la marque « sous réserve de modifications » ne doit pas obliger l'éditeur à un remaniement tel qu'il s'agisse, en fait, d'une reprise d'ensemble de l'écriture du produit. Les éditeurs doivent de plus recevoir l'assurance que, une fois les modifications effectuées, le produit recevra la marque RIP au vu du simple constat que les modifications ont été faites, sans que de nouvelles contraintes soient introduites lors d'un nouvel examen.

4.3.3 La déclinaison de la marque par catégories

Il convient d'affiner la délivrance du label en l'assortissant d'une explicitation des catégories d'usage en définissant une typologie de ces catégories. Plusieurs commissions ont déjà placé, ou souhaitent placer, des produits dans des catégories spécifiques. Il serait utile de mettre en œuvre une réflexion associant l'institution et les éditeurs (au sein par exemple de la commission multimédia) pour aboutir à une explicitation du champ d'usage du produit auquel le label RIP est attribué. Toutefois, pour être efficace et ne pas nuire à la lisibilité encore très fragile du label, cette explicitation devrait porter sur une catégorisation simple, et ne comportant que peu d'items.

4.4 Contribuer à l'évolution des pratiques pédagogiques

Les membres de la sdtice, IGEN et experts interrogés considèrent, à juste titre, que la dénomination même de la marque RIP conduit à prendre en compte des produits visant à une utilisation en classe. Si les méthodes pédagogiques sont de l'ordre de la liberté de choix de l'enseignant, des critères didactiques doivent cependant être inclus dans les critères d'analyse, lorsque ceux-ci font partie des programmes, instructions officielles et directives nationales. À titre d'exemple, les programmes 2002 de l'école primaire ne laissent pas l'initiative aux enseignants de choisir toute méthode d'apprentissage de la lecture. Ce choix est limité par le programme lui-même et il est légitime que l'attribution de la marque RIP en tienne compte. Dans toutes les disciplines, à des degrés divers, les programmes, au-delà des contenus, définissent des orientations didactiques, que la marque RIP ne peut ignorer.

Les observations faites ci-dessus montrent qu'une meilleure prise en compte de la marque RIP dans les pratiques pédagogiques passe sans doute par une amélioration de la notoriété de la marque, mettant en œuvre des techniques d'étude de marché et de communication. Mais elle nécessite aussi une évolution des pratiques pédagogiques aboutissant à une meilleure intégration des produits multimédia dans l'enseignement des différentes disciplines au collège et au lycée et des différents champs disciplinaires à l'école. La mise en place du certificat informatique et internet « niveau 2 enseignant » représente une

avancée mais ses effets ne seront perceptibles qu'à terme. Dès maintenant, les stages de formation continue et les animations pédagogiques destinés aux enseignants devraient plus systématiquement donner leur place aux utilisations pertinentes des technologies d'information et de communication.

4.5 Étudier l'opportunité d'élargir la procédure aux produits para et péri scolaires

Un nombre croissant d'éditeurs s'engagent dans la production et la diffusion de cédéroms et de sites visant le domaine du soutien scolaire. Un nombre également croissant de collectivités territoriales, de sociétés privées d'aide au travail scolaire à domicile, d'associations, de familles acquièrent et utilisent ces produits, tout particulièrement dans le cadre des politiques départementales ou régionales des collectivités. Les associations de parents d'élèves se sentent souvent davantage concernées par ce type de produits que par les produits utilisables en classe et bénéficiant de la marque RIP. Bien qu'il s'agisse de produits destinés à une utilisation à l'extérieur de la classe, le ministère de l'éducation nationale ne peut rester totalement indifférent à ce secteur : par nature, les produits de soutien scolaire présentent une articulation forte avec l'enseignement scolaire et une masse croissante de crédits publics (collectivités territoriales) y est investie.

Une réflexion doit être entreprise sur la façon dont le ministère devrait, ou non, donner des avis de principe sur ces produits, pour éclairer les choix des différents partenaires sans contrevenir à leur liberté. La portée de ces avis pourrait rester limitée à l'analyse de la rigueur du contenu scientifique et à la façon dont sont pris en compte les programmes de l'éducation nationale (sans exiger de conformité à ces programmes, mais en donnant des éléments qui permettent de situer le produit présenté) et ne présenter aucun caractère impératif pour les collectivités territoriales à l'instar de la marque RIP.



Henry Pradeaux
IGAENR



Jean-Michel Bérard
IGEN

Annexes

- Annexe 0 Lettre de mission
- Annexe 1 : Bilan des opérations d'achat de produits RIP au titre des deux dernières années (2003, 2004) (Document DT)
- Annexe 2 : Charte d'expertise
- Annexe 3 : Règlement d'usage de la marque
- Annexe 4 : Évolution du nombre de produits RIP depuis 1998
- Annexe 5 : Les décisions selon les disciplines
- Annexe 6 : Liste des personnes rencontrées

Annexe 0

Annexe non disponible

Annexe 1 : Bilan des opérations d'achat de produits RIP au titre des deux dernières années (2003, 2004) (Document DT)

La diffusion des ressources numériques éducatives et pédagogiques constitue un axe fort de l'action du ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche. Il est en effet nécessaire d'accompagner le bon niveau d'équipement informatique et audiovisuel des établissements, la généralisation de l'accès à internet, l'augmentation du nombre d'utilisateurs formés aux nouveaux outils par la constitution d'une offre cohérente et structurée de services et de contenus de qualité, libres de droits de représentation et de reproduction.

La production multimédia de ces dernières années a été très importante qu'il s'agisse de cédéroms ou d'autres supports numériques. Il est important dans cette profusion de ressources que les enseignants puissent rapidement identifier celles qui correspondent à leur besoin et en disposer aisément. C'est dans cette perspective qu'a été développée une procédure d'examen des produits proposés par les éditeurs par les experts de l'éducation nationale aux fins d'une reconnaissance d'intérêt pédagogique, afin d'assurer une meilleure lisibilité de cette production au sein du système éducatif. Après expertise de plus de 2000 produits multimédias concernant toutes les disciplines transmis «au guichet permanent» ouvert par le ministère depuis cinq ans, environ 600 d'entre eux ont donné lieu à l'attribution de la marque « Reconnu d'intérêt pédagogique ».

Cette politique de labellisation est accompagnée d'un effort entrepris par la puissance publique pour mieux faire connaître ces produits «RIP» au sein du système éducatif sous la forme d'achats à destination des divers réseaux d'accompagnement du développement des TICE dans l'enseignement et de formation (Conseillers auprès des recteurs chargés du développement du TICE, corps d'inspection, CRDP- CDDP , IUFM) et /ou en direction d'établissements scolaires s'inscrivant dans le cadre d'actions prioritaires. C'est ainsi que pour les deux dernières années, le ministère a pu réaliser des opérations d'achat de produits RIP pour un montant global cumulé de 3,8 millions d'euros se répartissant selon le tableau suivant :

Type d'opérations	2003	2004	Total
Délégation de crédits aux académies dans le cadre des crédits déconcentrés pour l'achat et la diffusion de produits dans les établissements scolaires	1,8 M€	1,2 M€	3 M€
Opérations prioritaires (classes - relais en 2003, écoles ouvertes en 2004)	0,25 M€	0,2 M€	0,45
Achat des produits RIP de l'année	0,2 M€	0,15 M€	0,35 M€
<u>Total</u>	<u>2, 25 M€</u>	<u>1, 55 M€</u>	<u>3, 8 M€</u>

- Délégation en 2003 et en 2004 d'un crédit de l'ordre de 1, 2 M€ sur le chapitre 37-81 aux académies pour attribuer aux établissements du second degré une dotation de produits qui ont fait l'objet d'une reconnaissance d'intérêt pédagogique afin de mieux faire connaître ces produits au sein du système éducatif et de participer au développement des usages des TICE dans l'enseignement. Ces crédits déconcentrés ont été délégués par les rectorats aux établissements sur la base d'un projet pédagogique.
- Constitution d'une mallette pédagogique sur la base de 25 produits pour en doter 150 collèges situés en ZEP dont les chefs d'établissement et les équipes éducatives ont accepté d'accueillir en dehors du temps scolaire, pendant les vacances notamment, des jeunes et des enfants dans le cadre de l'opération nationale intitulée « école ouverte ». Le coût global de cette opération a été d'un montant de 200 000€
- Opération d'achat des produits RIP de l'année pour un montant de 150 000€ le chapitre 34 - 98 afin de faire connaître aux prescripteurs d'achat que sont les conseillers TICE auprès des recteurs et de diffuser plus largement ces produits auprès des réseaux de formation concernés par les TICE (corps d'inspection, IUFM) dans une perspective d'aide à la production.

Annexe 2 : Charte d'expertise

Document DT

CHARTE D'EXPERTISE DES PRODUITS MULTIMEDIAS

PROPOSES AU GUICHET PERMANENT POUR UNE RECONNAISSANCE D'INTERET PÉDAGOGIQUE

**(version octobre
2000)**

Le BO spécial n°9 du 10 août 2000, relatif au dispositif de soutien au développement des ressources multimédias et audiovisuelles pédagogiques, précise le fonctionnement du guichet permanent. Le BO du 2 septembre 1999 signale la création de la marque " Reconnu d'intérêt pédagogique par le Ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie " et précise son règlement d'usage. Ils constituent des références auxquelles il est nécessaire de se reporter en tant que de besoin et en tout cas avant la première expertise réalisée.

Les produits sont soumis à une expertise qui a pour but de leur attribuer ou non la marque " reconnu d'intérêt pédagogique par le Ministère de l'Éducation nationale".

Ils font l'objet d'une triple expertise confiée à trois personnes différentes. Chaque expert remplit la fiche qui lui est fournie avec le produit à examiner.

Cet examen doit, dans la mesure du possible, être complété par des tests avec des élèves. L'expérience prouve que, dans certains cas, le test avec élèves est indispensable

L'expert doit respecter le délai de trois semaines qui lui est imparti pour l'examen du produit.

Pour le bon déroulement de la procédure, il s'engage à ne pas communiquer directement avec les éditeurs, distributeurs ou auteurs.

Toute intervention de ce type incombe au responsable du pôle disciplinaire du bureau DT B2 qui lui a adressé le produit à expertiser, auquel il convient de faire appel pour tout problème y compris d'ordre technique.

Le rôle d'expert est incompatible avec une activité éditoriale publique ou privée dans le même champ de compétence.

La fiche d'expertise a un caractère confidentiel. Les résultats de l'expertise ne doivent être communiqués à quiconque, avant qu'ils ne soient publiés par le bureau DT B2 qui se charge d'informer les éditeurs.

Lu et approuvé

Date, nom et signature de l'expert

Annexe 3 : Règlement d'usage de la marque

document DT

RÈGLEMENT D'USAGE DE LA MARQUE

Reconnu d'Intérêt Pédagogique par le Ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie

I - EXISTENCE DE LA MARQUE

La marque semi-figurative telle que décrite ci-après a été déposée à l'Institut National de la Propriété industrielle par le Ministère chargé de l'Éducation nationale pris en la personne du Directeur de la Technologie, M. Pascal Colombani.

Son dépôt, effectué sous le n° national 997800790, le 28 juin 1999 couvre les classes* de services suivants :

Classe 41 : Éducation ; formation.

Services interactifs ou non, en matières éducatives, pédagogiques, culturelles, ludo-éducatives

Classe 42 : Programmation pour ordinateurs Créations logicielles et multimédias

- ainsi que les produits et services des classes 9, 16 et 38, bien que le droit d'apposer la marque ne soit pas organisé pour l'instant sur ces catégories spécifiques.

Le droit d'apposer la marque précitée sur le générique, sur le matériel de packaging ou de promotion d'un logiciel ou d'un programme multimédia reconnu d'intérêt pédagogique tel que défini ci-après n'est concédé qu'à la personne physique ou morale ayant bénéficié d'une décision d'autorisation prise par le Ministère chargé de l'Éducation nationale dans le cadre du dispositif de soutien au développement des ressources paru au BOEN 10 septembre 1998.

La procédure ayant abouti à cette décision d'autorisation s'appuie sur l'évaluation réalisée par un réseau d'experts pédagogiques et une commission multimédia chargée, dans le cadre du dispositif précité de sélectionner les programmes multimédias dont les contenus répondent au mieux aux critères de reconnaissance pédagogique.

II - CHARTE GRAPHIQUE ET MODE D'EMPLOI DE LA MARQUE

La charte graphique de la marque sera délivrée directement par le ministère aux producteurs et éditeurs formellement autorisés.

III - LES PROGRAMMES SOUS RECONNAISSANCE D'INTERET PÉDAGOGIQUE

Ces programmes sont des créations logicielles ou multimédias dont la forme et le contenu ont été reconnus par le Ministère chargé de l'Éducation nationale. Il s'agit de programmes, soit spécifiquement conçus pour un usage éducatif en classe, soit destinés à une utilisation plus large correspondant aux missions du système éducatif, et qui doivent répondre en tant que possible aux objectifs pédagogiques, éducatifs, techniques et juridiques précisés ci-après :

Critères pédagogiques :

- Répondre aux critères prioritaires de sélection fixés dans le cadre du dispositif de soutien à la création de programmes multimédias et audiovisuels pédagogiques et actualisé chaque année, par la voie du BO de l'Éducation Nationale ;
- Être en conformité avec les programmes scolaires pour l'enseignement primaire et secondaire ;
- Exprimer des contenus respectant la plus grande rigueur scientifique ;
- Respecter la qualité de la langue utilisée dans les audiovisuels et les interfaces, l'aide en ligne et les messages et la rigueur du vocabulaire oral ou écrit utilisé (terminologie, notations, écriture des formules, définitions) ;
- Pouvoir être intégrés aisément dans une démarche pédagogique quotidienne, pour des usages variés et cohérents, depuis des usages en classe, en présence de l'enseignant jusqu'à des situations en travail autonome des élèves ;
- Apporter à l'enseignant une amélioration certaine au regard de supports plus traditionnels ;
- Aider l'enseignant dans la mise en oeuvre de situations lui permettant de varier ses modes d'intervention ainsi que l'organisation de la séance de cours (travail individuel, à deux, par petit groupe, en groupe classe) ;
- Permettre la gestion de l'hétérogénéité de la classe et le suivi du travail de l'élève ou de l'étudiant. ;
- Favoriser l'activité autonome de l'élève ou de l'étudiant, la recherche d'information et le traitement des données recueillies ;
- Offrir une réelle analyse critique de l'erreur par l'élève et l'enseignant et sa prise en compte par le programme (enregistrement des réponses, positionnement de l'élève et adaptation au niveau de l'utilisateur).

Critères techniques:

- Permettre le confort d'utilisation, la convivialité et l'ergonomie aisée (tous les produits doivent être sous interface graphique) ;
- Intégrer des procédés de recherche documentaire et d'indexation de qualité ;
- Exploiter toutes les possibilités offertes par les supports optiques, les outils de communication : l'interactivité, les aspects hypertextuels, les animations, et l'utilisation pertinente des documents textuels, iconographiques et sonores, etc. ;
- Utiliser les potentiels de communication offerts par l'internet : mise à jour des informations, accès à des données distantes, enseignement à distance, courrier électronique, maintenance en ligne, etc. ;
- Utiliser les possibilités d'exportation, de sauvegarde et d'impression des données aux standards reconnus et en particulier les réponses ou les résultats des utilisateurs ;
- Offrir la possibilité du suivi de l'historique des navigations et l'orientation dans l'utilisation du produit ;
- Expliciter pour les enseignants les modalités selon lesquelles opèrent les outils de recherche mis en oeuvre ;

- Intégrer la présence d'un module de désinstallation ;
- Proposer des versions réseaux chaque fois que c'est possible et ne pas inclure de protections matérielles ;
- Bénéficier, chaque fois que c'est possible, d'une assistance à l'utilisateur sur place ou en ligne et intégrer un dispositif d'aide logicielle (aide à la navigation, explication de l'erreur etc.) ;
- Être accompagnés d'une documentation facilitant leur prise en main et leur intégration dans le cadre du travail scolaire.

Critères juridiques :

- Comporter au générique, et en tant que possible sur le corps même du programme l'ensemble des éléments nécessaires à l'analyse de la validité des contenus (nom des auteurs, date de création, précisions quant au caractère des documents : source et indication de leur nature (originaux, retouchés ou entièrement calculés) ;
- Avoir fait l'objet des déclarations nécessaires auprès de la Commission nationale informatique et libertés et porter, en ce cas, les mentions obligatoires requises, chaque fois que les programmes contiennent des données nominatives susceptibles de permettre directement ou indirectement l'identification de personnes physiques ;
- Prévoir au plan des licences d'exploitation concédées, la possibilité pour le milieu éducatif, d'utiliser le programme à titre collectif à des fins pédagogiques et dans un cadre strictement non commercial .

IV - PROCÉDURE D'OBTENTION DE MARQUE

a) Sélection initiale des projets

Après avoir rempli et communiqué un dossier de présentation selon les formes et conditions convenues dans le BOEN du 10 septembre 1998, les entreprises, les associations, les établissements d'enseignement et les personnes et enseignants ressortissants des pays membres de l'Union européenne et/ou des pays francophones adressent leur produit au

Ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la
Technologie Direction de la technologie Bureau des
ressources multimédias "Guichet Permanent" 1 rue
Descartes 75231 - Paris cedex 05

Les produits doivent être remis en triple exemplaires. Toutefois, lorsque ces produits intéressent plusieurs disciplines, des exemplaires supplémentaires doivent être adressés.

Les produits sont présentés, après expertise, à la commission multimédia qui a pour charge de reconnaître l'intérêt pédagogique de chacun d'eux en fonction des critères précisés à l'article III. Le Ministère, en cas d'avis positif de cette dernière, accorde à la personne soumissionnaire au dispositif de soutien, l'autorisation expresse et écrite d'utiliser la marque, sous condition de respecter les conditions d'usage définies par les présentes.

b) Commission multimédia

La commission multimédia chargée d'identifier l'intérêt pédagogique des produits qui lui sont présentés est composée de la manière suivante :

- le Directeur de la technologie, Président
- le Sous-directeur des technologies éducatives et des technologies de l'information et de la communication

- 2 Inspecteurs généraux de l'éducation nationale (IGEN)
- le Directeur de l'enseignement scolaire (DESCO) ou son représentant
- le Directeur de la recherche ou son représentant
- le Directeur de l'enseignement supérieur (DES) ou son représentant
- 1 représentant du Ministre de la culture
- 5 personnalités compétentes dans le domaine des ressources multimédias (enseignants du scolaire, du supérieur, des IUFM...)
- un invité : le contrôleur financier

Cette commission se réunit environ tous les deux mois.

Son secrétariat est assuré par le Bureau chargé des ressources multimédias.

V - USAGE DE LA MARQUE

Le droit d'usage de la marque précité est par principe réservé à son propriétaire, c'est à dire au Ministère chargé de l'Éducation nationale. Tout autre utilisateur est réputé contrefacteur, s'il n'a pas bénéficié d'un avis favorable de la commission multimédia et obtenu une autorisation expresse et écrite d'utilisation, à titre non exclusif de la part du propriétaire de la marque.

Ce droit d'usage ne peut être obtenu pour une personne donnée que si elle a concouru au "Dispositif de soutien au développement des ressources multimédias pédagogiques" paru au BOEN de l'Éducation nationale du 10 septembre 1998 et selon les formes et conditions préconisées par celui-ci.

Le marquage doit être conforme aux normes graphiques décrites en annexe et intégrer nécessairement la mention de l'année d'obtention du droit d'usage correspondant.

La charte graphique du logotype et le règlement d'usage de la marque sont téléchargeables depuis le site du Ministère : Educnet.education.fr.

Toute autre forme de signalétique, portant des mentions et un graphisme distinct et visant à laisser croire au public qu'un produit multimédia aurait été reconnu d'intérêt pédagogique par le Ministère de l'Éducation nationale pourra être sanctionnée au titre de la contrefaçon et de la publicité mensongère.

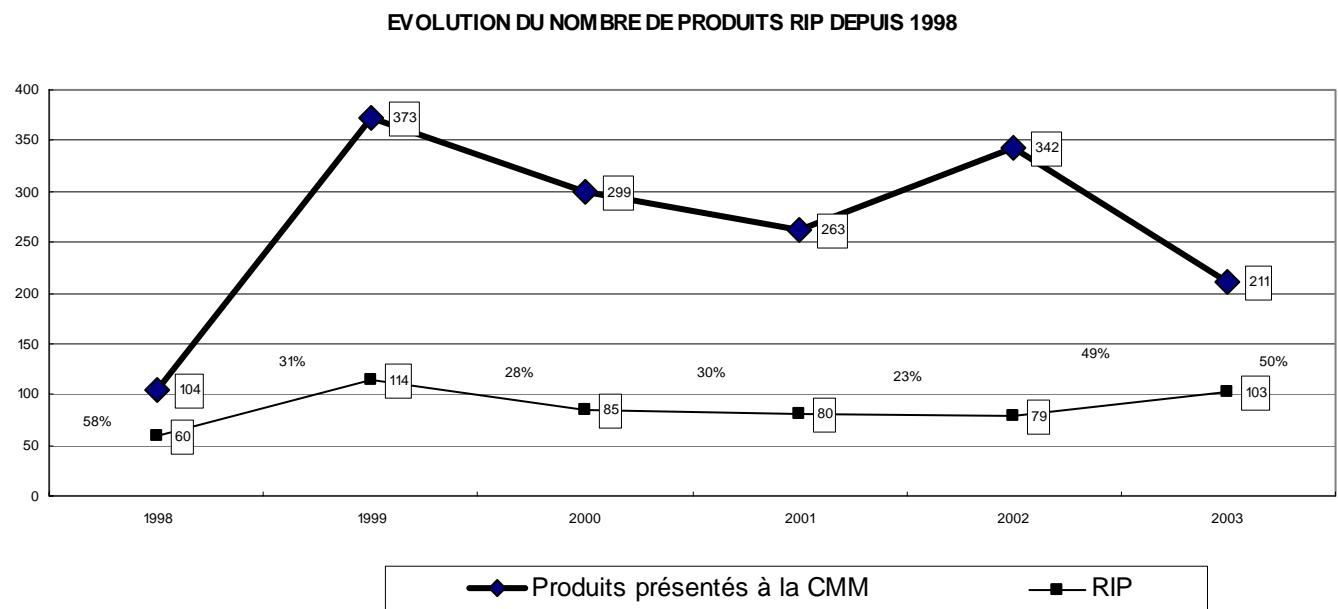
VI - FIN DU DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

Toute modification, adjonction ou soustraction d'un quelconque élément composant le logiciel ou la création multimédia reconnu d'intérêt pédagogique entraînera de plein droit extinction du droit d'usage sauf avis contraire formellement notifié par le Ministère.

Tout usager de la marque devra répondre de toutes les conséquences directes ou indirectes résultant d'une utilisation de la marque non conforme aux termes de la présente

Annexe 4 : Évolution du nombre de produits RIP depuis 1998

Document DT décembre 2004



Bilan des décisions prises par les Commissions multimédia (arrêté au 22 novembre 2004) concernant les produits

Année	nb CMM	RIP	Demande de modifications	REFUS	nb décisions
2004	3	51	16	36	103
2003	4	103	34	74	211
2002	5	79	50	213	342
2001	4	80	66	117	263
2000	4	85	93	121	299
1999	5	114	91	168	373
1998	2	60	4	40	104
	27	572	354	769	1695

Annexe 5 : Les décisions selon les disciplines

Document DT décembre 2004

		RIP	REFUS
Langues		103	109
Physique		69	88
Hist-Géo		67	63
Primaire		65	228
SVT		58	36
Lettres		39	22
Arts Plast.		38	15
STI-Techno		35	22
Documentation		33	5
Outils MM		28	50
Maths		22	53
SES		20	6
Musique		20	21
Biotechno		16	5
EPS		13	1
Orientation		9	3
Eco-Gestion		8	8
Philo		1	0
Activ.Transv.		3	2
		647	737

REMARQUE :

La différence entre les nombres de produits RIP dans les deux tableaux provient de la décision (en 1998) d'intégrer dans les décisions de la première commission (2 octobre) la liste des 75 produits qui avaient déjà été reconnus d'intérêt pédagogique par les commissions disciplinaires au cours de l'année 1998.

Annexe 6 : liste des personnes rencontrées

Liste des personnes rencontrées ou interrogées

M. Jean-Jacques Gagnepain, directeur, direction de la technologie
M. Michel Dhoually, contrôleur financier

Inspection générale de l'Éducation nationale

M. Moisan
M. Menant
M. Durpaire
M. Perez

Sdtice

M. Benoît Sillard, chargé de sous- direction
M. Gilles Braun, chef du bureau B2
M. Daniel Croze,
Mme Béatrice Sicchez,
Mme Hélène Peytavi,
M. Marcel Mangin,
Mme Colette Plas

Experts

Sept experts tirés au hasard dans les listes des différents groupes d'experts

Responsables académiques

M. Alain Scoazec, Nantes
M. Bernard Pouliquen, Rennes
M. Maurice Guernelec, Rennes
M. Michel Chaumet, Montpellier