

Rapport au Premier ministre
Décembre 1998

Le désir de France

**La présence internationale de la France et la
francophonie dans la société de l'information**

Patrick Bloche
député de Paris

Qu'il me soit permis de remercier ici toutes les personnes qui ont accepté d'apporter leur contribution à cette réflexion et à ces propositions. (Cf. annexe 1)

Je tiens à exprimer ma plus vive gratitude à Pierre Oudart, rapporteur de la mission.

Mes remerciements vont également à celles et ceux qui ont pris une part active à ce travail : Arnaud Beaufort, qui a coordonné l'ensemble de l'équipe, Christine Anglade, Yves Attou, Nathalie Bosselut, Antoine Butet, Xavier Hue, Évelyne Lautré, Pascal Othéguy et Évelyne Planeix-Olzchanech.

Je remercie tout particulièrement celles et ceux qui ont accepté de relire ce travail et qui m'ont donné de précieux conseils, Jean-Noël Tronc, David Kessler, Josseline de Clausade, Alain Giffard, Yves Charpentier, Simon Barry, Alain Le Gourriérec et Anne Magnant.

Je remercie enfin le Service juridique et technique de l'information et de la communication et les services du ministère des affaires étrangères et du ministère de la culture et de la communication pour l'appui important qu'ils ont fourni à la bonne marche de la mission qui m'a été confiée.

Patrick Bloche

AVANT PROPOS

Il y a peu, la France était en retard dans la société de l'information. Aujourd'hui, tout montre qu'elle rattrape ce retard de façon assez rapide dans certains domaines, encore trop lentement dans d'autres. La France avance sans doute à son rythme, mais nous pensons qu'il est possible d'accélérer ce rythme par l'adoption de politiques adaptées. Le discours du Premier ministre, le 25 août 1997 à l'Université d'été de la communication à Hourtin, puis **le programme d'action gouvernemental pour l'entrée de la France dans la société de l'information, lancé en janvier 1998, ont eu, sans aucun doute, cet effet d'accélération.**

Il faut maintenant que ces actions soient poursuivies et renforcées, et que, parfois, elles inspirent de façon plus large la politique gouvernementale. Pour beaucoup, il s'agit encore de technologies qu'il faudrait laisser aux spécialistes de l'informatique et des télécommunications. S'il s'agit bien de technologies, elles ont **une dimension politique et culturelle** qui doit être prise en compte.

Pour rédiger ce rapport sur la présence internationale de la France et la francophonie dans la société de l'information, nous avons rencontré de nombreux acteurs, institutionnels ou non, en tout plus de 200. Nous avons effectué plusieurs missions à l'étranger. En outre, le 23 septembre 1998, nous avons organisé une audition publique au Webbar, cybercafé parisien, qui a permis de dialoguer avec plusieurs créateurs et responsables d'entreprises ou d'associations. Nous avons trouvé, au cours de toutes ces auditions, un fort désir de parler et d'être entendu et nous avons tenté de nous doter d'une capacité d'écoute tournée, à partir de constats, vers **la formulation de propositions concrètes.**

Nous avons ainsi essayé d'identifier les actions qui devraient être menées dans le cadre du programme d'action gouvernemental pour la société de l'information, qui puissent donner à notre pays **une bonne visibilité internationale.** Nous avons souhaité accorder une place particulièrement importante à la **bataille des contenus.** Nous nous sommes attachés ensuite à déterminer comment la France pouvait **se préparer à l'international et mieux se porter vers les autres**, notamment grâce aux médias. En outre, **la France, présente partout dans le monde, notamment par ses Postes diplomatiques, peut renforcer son action grâce à ces**

technologies. Enfin, nous avons souhaité faire émerger **quelques propositions d'actions particulièrement visibles et ambitieuses**, propres à donner un peu de corps à ces technologies de l'immatériel.

Plusieurs grands axes constituent la trame de ce rapport : en premier lieu, la nécessité pour les Français, et dans une certaine mesure les francophones, de **prendre confiance** dans leurs capacités à aborder sereinement les rives technologiques du siècle qui vient. Il convient pour cela de proposer des mesures adéquates, mais surtout d'éviter toute mesure - ou absence de mesure - propre à entretenir des craintes, des crispations ou des rancœurs. Il faut veiller sans doute avec plus d'acuité à ce que les Français ne pensent pas qu'ils sont irrémédiablement en retard. Comme nous l'a dit Pierre Guidoni au cours de son audition, " on se doit de prendre la France telle qu'elle est ".

Ensuite, **la volonté d'ouverture** : se tourner vers l'international, c'est se tourner vers les autres. C'est donc aussi les accueillir, apprendre leur langue, traduire, accorder des visas et des bourses d'études. Les technologies peuvent nous aider à nous préparer à cet échange.

Enfin, il faut permettre à certains acteurs, des associations, des lieux de création, des entreprises, **à la société civile**, d'être réellement partie prenante de la présence internationale de la France et de contribuer à **concevoir et à construire des citoyennetés plus harmonieuses.**

Pour tout cela, il faut que l'État **développe des fonctions de médiateur**, le plus souvent possible, tout en gardant, là où il le faut, des fonctions **d'opérateur**. Il doit être celui qui rend les choses possibles, celui qui organise la liberté.

A. En quoi les technologies de l'information ont un impact sur la présence internationale de la France ?

Pourquoi ce souci ?

Aujourd'hui, **rien n'est joué sur l'internet**. Il balbutie encore et ne propose encore que des modèles économiques et culturels flous et fluctuants. La France, si elle le veut, a toutes ses chances. Il ne s'agit pas de "courir" après les Américains, de mesurer jour après jour le pourcentage des contenus en français sur le Web, mais bien de mesurer l'intérêt d'un outil nouveau, profondément innovant, que nous pouvons faire nôtre **en inventant nos propres usages**.

D'emblée, une question se pose à nous. **Pourquoi la France s'inquiète-t-elle de sa présence internationale et de celle de sa langue dans la société de l'information ?** Cette préoccupation n'est pas partagée par l'ensemble des pays ni même par l'ensemble des pays comparables alors que **le souci de l'international est ancré dans la conscience nationale française**. On pourrait croire que c'est une obsession de la haute Administration, en particulier des diplomates, ou des hommes politiques. Certes, mais il est frappant de constater que c'est aussi un sujet de réflexion pour les acteurs économiques et sociaux, les créateurs et les artistes. Il est inutile de s'en glorifier ou de le regretter, cette conscience là et ce souci là sont constitutifs de notre pays, comme l'esprit pionnier est inscrit dans la conscience collective des États-Unis. La France souhaite depuis longtemps diffuser un message "universel". N'oublions pas cependant qu'elle a parfois appuyé ses idées universalistes de la force la plus brutale et que c'est aussi par ses armées qu'elle a pu parler.

Cette conscience nationale est aussi portée par la langue française, dont, dès le XVIème siècle, on s'emploie à prouver la clarté puis l'universalité. Ce cheminement trouve certainement son apogée après la Révolution, et permettra à Ernest Renan de déclarer que "la Liberté, les Droits de l'homme, la Fraternité ont pour la première fois dans le monde été proclamés en français". Dès lors, la France a considéré de son devoir de mettre en œuvre une politique culturelle et linguistique tournée vers l'international. Depuis 1883, l'Alliance française enseigne la langue et la culture françaises dans le monde entier. C'est au début des années soixante que des intellectuels africains, dont Léopold Sedar Senghor, lancent l'idée de rassembler les populations francophones et de leur donner des institutions multilatérales de coopération et des médias communs.

C'est dans ce cadre, par exemple, qu'est née la chaîne de télévision francophone TV5.

La France est un pays d'influence mondiale, cela est évident. Il y va de son avantage, et il y va aussi de notre avantage. La relation exceptionnelle que nous entretenons avec la France nous permet d'élargir notre ouverture au monde.

Discours de M. Abdou Diouf, Président de la République du Sénégal devant l'Assemblée nationale, le mercredi 21 octobre 1998.

Sous couvert de mondialisation et par là même d'uniformisation, la France doit-elle cesser maintenant d'avoir toute ambition internationale ? Si les Français sont différents, ce n'est pas cette différence qui doit les empêcher d'entrer dans la modernité, c'est au contraire cette différence là qui doit être leur force. **On peut défendre le droit à la diversité pour les peuples comme pour les individus.**

Pourquoi les Français semblent-ils douter de la force de cette différence qui peut être facteur de séduction ? Il est vrai que l'histoire culturelle de la France s'est parfois écrite sur un sentiment de défaite. À la fin du XVIIIème siècle, la France perd l'Amérique et l'Angleterre renforce son empire et sa langue. D'autres défaites répétées pèsent aussi sur la conscience française. N'est-ce pas après la défaite de 1870 que notre pays se dote d'un discours sur la nation où règnent des "héros vainqueurs mais vaincus"¹ Vercingétorix, Jeanne d'Arc, et sur une langue qu'il faudrait défendre contre la barbarie. Puis d'autres traumatismes interviendront, dont 1940, la défaite et Vichy.

" La France et le français peuvent susciter un désir de différence dans un monde uniforme. "

Jean-Jacques Aillagon,
Président du Centre d'art et de culture Georges Pompidou.

Les technologies de l'information nous proposent, sans nous renier, d'écrire une nouvelle page, une autre page, de notre histoire internationale, sans morgue ni vanité, mais sans abdication en utilisant cette "**marge de manoeuvre**" dont parle Dominique Wolton², " cette capacité critique qui ne peut jamais être détruite,

¹ Madeleine Rébérioux

² *Penser la communication* Flammarion, 1997

puisqu'elle s'origine dans la dimension anthropologique de la communication. ”

Si elle le veut, la France peut en outre transmettre des valeurs importantes à la société nouvelle qui se construit, accompagnée du développement de ces technologies. Elle peut se targuer de la recherche d'un **rapport harmonieux entre le public et le privé et d'une certaine idée du service public**, qui peut faire école. La France a une **pratique et une conception d'un droit très proche de la personne** qui peut se révéler extrêmement précieux dans une société où l'individu reprend un droit à la parole. Elle a aussi **la volonté de maintenir le rôle de l'État démocratique**, expression de la volonté du peuple et de l'intérêt général, un État qui demeure le recours et la référence quand la liberté et l'équité sont en jeu. C'est pour cela, par exemple, que tous les systèmes fondés sur la seule autorégulation ne prouveraient que la démission de l'État démocratique à assumer le rôle réglementaire qui lui échoit de par la Constitution. Nous pensons que c'est également sur la base des lois, du droit, que doivent s'engager les négociations internationales quand la nécessité l'impose.

Un nouvel espace

Ces technologies ont un impact sur la présence internationale de la France car elles dessinent **un nouvel espace**. Au cours de notre mission, il a été frappant de constater que cette métaphore, que l'on pouvait considérer comme un peu facile et convenue, ne se démentait pas. C'est bien un autre espace qui se crée, un espace numérique où l'on va, où l'on voyage, où l'on communique, où l'on peut créer des événements, où l'on peut manifester ou tomber amoureux. Il s'y pose toutes les questions qui fondent la vie en société : la loi, la propriété, le respect de la vie privée, le commerce, l'éducation... **Il y naît donc aussi une nouvelle diplomatie, d'autres représentations symboliques, d'autres traités et d'autres guerres.**

Les technologies numériques de l'information et de la communication accompagnent ou provoquent la mondialisation, mais elles ne sont rien en elles-mêmes si elles ne sont pas mises au service des sociétés pour venir au secours d'un monde en manque de solidarité. Comme nous l'a dit Michel Serres, “ **nous étions habitués à la concentration, concentration des livres dans les bibliothèques, concentration des hommes dans les villes, concentration des richesses aussi. Cette notion de concentration est remplacée par celle de distribution.** ” Cette distribution impose d'autres modes d'actions aux organismes conçus spécifiquement pour notre action extérieure. **Tout opérateur national ou local peut aujourd'hui donner un impact international à ses projets.** On

assiste à la naissance d'un nouveau concept qui relie le local au local et que l'on pourrait nommer “ **l'interlocalité** ”. Cependant, cette “ interlocalité ” n'est pas donnée d'emblée par les technologies. Il ne suffit pas d'avoir un site sur l'internet pour acquérir automatiquement une audience internationale. Il est nécessaire d'établir pour cela des stratégies spécifiques, qui peuvent être définies et mises en œuvre par “ la diplomatie ”, qui retrouve ainsi son vrai métier. Ce seront donc les fonctions de médiateur que devra privilégier le ministère des affaires étrangères dans la société de l'information.

Il faut suivre en politique ce que le réseau dicte en matière technologique car c'est un réseau social de relations humaines

Michel Serres (au cours de son audition)

La société de l'information, qui permet de communiquer plus rapidement et plus directement ne supprime pas les médiateurs. Nous croyons, au contraire, **qu'elle doit être le lieu privilégié de la médiation**. Ainsi, poser la question de l'impact de ces technologies sur la présence internationale de la France, c'est poser la question du rôle de la France dans la société de l'information, de la pertinence et de la validité de son message. **Il ne suffit pas d'être présent, encore faut-il avoir quelque chose à dire**. La France peut essayer de proposer le modèle d'une **société de l'information républicaine**.

B. Quels sont les handicaps et les atouts de notre pays ?

Ce nouvel espace, superposé aux territoires et entrant en interaction avec eux, donnera toujours plus d'importance aux échanges internationaux, minorera ou majorera les atouts et les handicaps des pays et des régions en fonction des politiques qu'ils mèneront. Face à cette nouvelle donne, il nous faut **identifier nos handicaps** mais surtout **quelles sont les cartes que notre pays peut jouer** et quelles **stratégies** il peut employer.

Aucun handicap irrémédiable

Comme pour beaucoup d'autres domaines, nous ne pouvons avoir d'ambition internationale si nous ne sommes pas à la pointe à l'intérieur de nos frontières. **Être à la pointe dans ces technologies, c'est bien évidemment être forts dans leur développement mais également dans leur usage.**

Il y a peu, la France était en retard. Ce retard est en bonne voie d'être comblé mais il ne l'est pas encore entièrement. Certes, **en un an, nous avons fait d'énormes progrès**, tant pour ce qui concerne l'équipement des ménages en ordinateurs multimédias, que pour le nombre d'utilisateurs de l'internet et des réseaux ou pour la richesse des contenus et des services disponibles sur la Toile³. Mais, disons-le d'emblée, **ces progrès ne sont pas encore suffisants pour que la France tienne une place importante sur l'internet mondial**, une place conforme à ses ambitions internationales et aux engagements qu'elle a souscrits avec ses partenaires européens et francophones en faveur du respect de la diversité culturelle et linguistique.

L'image de la France

En outre, on entend souvent que les Français ne sont pas assez tournés vers l'international. Comment expliquer dans ce cas

³L'Association de fournisseurs d'accès à des services en ligne et à Internet (AFA) (<http://www.afa-france.com/>) a annoncé le 7 septembre 1998 que la barre du million d'abonnés en France avait été franchie (1Million 90.000). L'association estime que le nombre total d'internautes en France atteint 2,7M). Selon l'institut Médiaangles : 1.250.000 personnes se connectent dans une entreprise et 400.000 personnes utilisent l'internet dans les écoles et universités. La France est désormais le troisième pays d'Europe connecté après la Grande Bretagne (2M) et l'Allemagne (4,7M).

l'excédent de notre balance commerciale ? Comment notre pays parvient-il alors à être présent sur beaucoup de grands marchés de hautes technologies ?

On entend aussi souvent que la France souffrirait d'un déficit d'image. Il est certain que nous sommes perçus différemment selon les régions du monde et selon les pays, en fonction de l'histoire ancienne ou récente des relations internationales, au gré des différents stéréotypes que les autres ont de nous et que nous avons des autres. Il n'est pas nécessaire de s'attarder trop longtemps sur des éléments qui relèvent davantage d'impressions floues que d'analyses qualifiées. La France est un grand pays moderne mais, pour donner une image contemporaine, **les Français doivent d'abord avoir d'eux-mêmes une image contemporaine.** Est-ce le cas aujourd'hui ? Ne sommes-nous pas encore trop frileux face aux innovations technologiques et à l'informatique en particulier ? Les technologies numériques changent la donne. Sur l'internet, par exemple, on ne vaut que par sa présence et par ses actes sur le réseau, dans une tradition a priori égalitaire, chère aux milieux dans lesquels ce média s'est d'abord développé. **Que la France soit aimée ou non, c'est ce qu'elle fera qui assurera ou non sa notoriété et sa présence.**

D'indéniables atouts

Notre pays dispose de nombreux atouts. En tout premier lieu, c'est un pays qui occupe une place importante dans le concert des nations. Il y a aujourd'hui une hyper-puissance : les États-Unis et sept puissances d'influence mondiale, dont la France. Viennent ensuite une trentaine de puissances d'influence régionale. **La France, comme la Grande-Bretagne, a la particularité d'avoir été, à d'autres périodes de l'histoire, la première puissance mondiale.** Associé à nos capacités militaires, ce passé joue encore dans les alliances que nous avons nouées et nous garde une place particulière dans les organisations internationales. Cela nous permet de peser sur la politique internationale, d'intervenir dans les conflits, de servir de médiateur et nous donne, par là même, une visibilité évidente.

De l'innovation technologique à la créativité multimédia

Bien que les Français préfèrent trop souvent se moquer d'eux-mêmes et présenter leurs retards ou leurs dysfonctionnements plutôt que leurs succès, **notre pays possède des compétences technologiques à haute valeur ajoutée** qu'il exporte dans de nombreux pays. La compétitivité des équipes françaises dans des secteurs de pointe comme ceux de la santé, de l'armement, des

infrastructures de transports urbains et interurbains, les performances d'Arianespace, les performances françaises dans les domaines de l'énergie et de l'environnement, prouvent, s'il en était besoin, que la France excelle dans des secteurs de haute technologie.

Ces réussites industrielles peuvent s'adosser à **des capacités d'innovation**, qui doivent être renforcées, mais qui comptent de belles réussites : la carte à puce électronique est la cime émergée du savoir faire en matière de circuits intégrés, de robotique⁴ et d'intelligence artificielle. Citons également nos capacités d'innovation dans le secteur des télécommunications.

À ces talents et à ces compétences dans les domaines de la technologie de pointe, il est important de faire valoir celui des créateurs dans les secteurs de l'image et du son. La télévision nous montre souvent des spécialistes français qui vivent dans la baie de San Francisco ou qui travaillent dans la Silicon Valley. C'est devenu un sujet de reportage télévisé à la mode. Ces compétences sont nées d'une tradition et de structures d'enseignement prestigieuses, comme l'École des Beaux-arts et ce n'est pas un hasard si l'animateur qui fait vivre le personnage de Moïse dans le dessin animé "le Prince d'Égypte" a été formé par Paul Grimault, inoubliable créateur du "Roi et l'oiseau".

Face au développement des industries culturelles de contenus liés aux technologies numériques, la France dispose de compétences très pointues et de talents qui osent innover. Ces industries doivent constituer les toutes premières priorités de nos stratégies industrielles.

C. Quelle place pour la francophonie ?

La francophonie, ce n'est pas le français contre l'anglais. Il faudra répéter ce message inlassablement. Le Premier ministre a rappelé récemment le rôle international de la langue anglaise et la place que pouvaient cependant avoir d'autres langues dans l'espace d'échanges mondialisé. Les enjeux linguistiques ne se situent pas dans un face à face fantasmatique avec la langue anglaise. Cependant, ne pas être en lutte contre l'anglais ne nous dispense pas de **définir et de mettre en œuvre des politiques linguistiques**

⁴ Voir le succès enregistré par l'équipe de neuro-cybernétique du CNRS de Marseille, qui a conçu un robot unique au monde, capable de se déplacer rapidement en évitant les obstacles, sans être relié à un super ordinateur ; découverte qui permet d'envisager entre autres des applications dans le domaine de l'intelligence artificielle.

claires et ambitieuses, affrontant de véritables enjeux, loin des replis nostalgiques.

On ne trouvera pas, dans ce rapport, de statistiques sur la présence comparée du français et des autres langues sur l'internet. La méthodologie utilisée pour les constituer n'est jamais entièrement satisfaisante et, le plus souvent, elles ne nous apprennent rien ou presque. **Il est préférable d'évaluer la pertinence des contenus francophones mis à disposition sur l'internet par rapport aux demandes et aux attentes des utilisateurs, notamment de ceux qui hésitent encore à se connecter.** C'est cette pertinence là, ainsi que des critères de qualité qui assureront la place du français sur l'internet.

Entre les Français et leur langue, un désamour passionné

Ce sont avant tout les Français qui ont des difficultés avec le français et la francophonie. La plupart des personnalités rencontrées pour préparer ce rapport pensent spontanément que les technologies de l'information peuvent renforcer la présence internationale de la France mais beaucoup montrent **des réticences à lier cette présence internationale à la francophonie.** Il semble ainsi que, dans la société, mais aussi, de façon plus étonnante, dans l'Administration, la " francophonie " soit en France un concept flou et fortement dévalorisé. **Or, nous ne pouvons espérer faire du français un élément de notre présence internationale et de notre politique étrangère si l'on ne change pas le rapport qu'ont les Français avec leur langue et l'image qu'a la " francophonie " dans l'opinion publique française.** À défaut, nous ne pourrions poursuivre que des politiques en demi-teinte auxquelles personne ne croit vraiment.

Un concept flou et dévalorisé

Pour beaucoup, le terme de " francophonie " recouvre indifféremment la " défense de la langue française ", assimilée à un purisme lexical et grammatical et ce que l'on appelait auparavant " l'expansion de la langue française " : son enseignement et sa promotion à l'étranger. Quand on parle de " francophonie ", on ne sait jamais vraiment si l'on parle de ceci ou de cela, ou de l'ensemble. Cela n'aide ni à convaincre, ni à dégager des enjeux. Le terme de francophonie agrège aussi une entité imprécise pour la grande majorité des Français, qui comprend l'ensemble des pays où l'on parle le français, acteurs ou non d'une francophonie institutionnelle dotée d'opérateurs multilatéraux.

Ainsi, la francophonie est **un concept qui paraît avoir peu d'attrait pour nos compatriotes**. Elle est le plus souvent associée à une idée de défense et à une cause perdue. Pour certains, c'est une entrave économique, pour d'autres, un sujet de raillerie, une manie qui, pour le reste du monde, renforcerait notre réputation de vanité. Pour les plus indulgents, ce serait au mieux une affaire de spécialistes et de nostalgiques qui ne concerne pas l'inscription de notre pays dans le monde moderne. Bref, l'opinion commune veut que la francophonie soit "ringarde", volontiers "réactionnaire" et à ranger au "cabinet des curiosités" de notre histoire coloniale.

La francophonie est-elle donc une sorte d'empire ottoman linguistique et idéologique battu en brèche, qu'il conviendrait d'abandonner rapidement pour aller de l'avant, et tout particulièrement pour entrer dans la société de l'information mondiale ? Certainement non. Mais, dans tous les cas, il nous faudra sortir de la situation actuelle et **mener une politique linguistique plus claire et plus affirmée**, qui puisse recueillir véritablement l'adhésion des citoyens français.

Nous avons la responsabilité d'éclaircir cette image brouillée et les technologies de l'information peuvent nous y aider.

Désacraliser le français

Avant tout, il faut prendre rapidement les quelques mesures qui permettront d'apaiser le climat de crispation qui entoure le français. **Nous devons construire pour le français des relations harmonieuses avec les autres langues**. À cet égard, la décision du Gouvernement de signer la charte européenne des langues régionales, et de donner par là, à côté de celui du français, **langue de la République⁵, un statut aux autres langues de France**, peut contribuer grandement à cet apaisement. Il faudrait maintenant imaginer une décision aussi forte et aussi symbolique qui puisse **relancer le plurilinguisme au sein de l'Union européenne**, au moment même où celle-ci prépare son élargissement. Nos concitoyens n'adhéreront jamais au projet européen s'ils ne peuvent l'aborder et le vivre dans leur langue. Il faut **désacraliser le français**, dire haut et clair que nous menons une politique linguistique car notre langue demeure notre interface privilégiée avec le monde et que nous avons le devoir de nous assurer de la pérennité de cet outil. Il serait certainement plus facile ensuite d'évaluer sereinement et objectivement les atouts importants du français et de la francophonie dans la société de l'information.

⁵ Article 2 de la Constitution du 4 octobre 1958, modifié le 25 juin 1992.

Imaginer la francophonie avec les technologies de l'information : une nouvelle naissance

Pour la première fois, le concept de francophonie peut prendre une réalité grâce aux outils virtuels

Le concept de “ francophonie ”, souvent jugé vieillot, peut trouver un nouveau souffle dans la société de l'information. Dans un monde qui renforce les capacités de communication et d'information, **un concept fédérateur fondé sur une communauté de langue** peut s'avérer parfaitement bien adapté. Nous pouvons faire le pari que les technologies qui vont se déployer, peuvent non seulement atténuer les défauts structurels de l'espace francophone et de ses institutions, mais également donner pour la première fois une identité forte et riche à cet espace.

Commençons donc par définir la francophonie comme un maillage ouvert et néanmoins dense d'espaces de communication. Du même coup, abandonnons le terme “ la francophonie ” au profit des francophonies et même des francophones pour attribuer sans ambiguïté la place du centre aux individus. Sans eux, en effet, le partage d'une langue n'a plus de sens.

Jean-Claude Guédon
Penser la différence différemment

in Quelle francophonie pour le XXIème siècle ?

Karthala Agence de la francophonie

En premier lieu, les technologies numériques offrent un espace plus vaste. Quand, avec les supports analogiques, il n'y avait qu'une ou deux sources d'information et de communication possibles, le numérique permet de multiplier les possibilités. Quand il fallait choisir entre l'anglais ou le français, on peut choisir l'anglais et le français et toutes les autres langues. Quand nous étions cantonnés à la langue, ou aux deux ou trois langues, que nous maîtrisions, nous pouvons disposer d'outils d'aide à la traduction. **Choisir le français aujourd'hui, ce n'est plus se priver de l'anglais.** Le numérique dilue la concurrence entre les langues pour privilégier les stratégies d'information et de communication les plus efficaces. **En contre partie, on ne choisira le français que si les contenus qu'il véhiculent le méritent. À nous de jouer !**

Alors que **l'espace francophone géographique**, réparti sur l'ensemble de la planète, **ne constitue pas un espace cohérent** et ignore nombre de " poches " francophones dont les pays n'ont pas adhéré à la francophonie institutionnelle et, plus généralement, tous les francophones des pays non francophones, **dans l'espace numérique, la francophonie peut proposer à tout francophone, où qu'il soit, les mêmes moyens de communication et d'information.** Si l'on résout les problèmes d'équipement, les technologies numériques peuvent être l'outil privilégié qui permettra d'atténuer les disparités entre les pays riches et les pays pauvres et favorisera un rééquilibrage entre ces pays. La francophonie a jusqu'à présent échoué à devenir, à l'instar du Commonwealth, un espace économique et commercial, le commerce électronique peut maintenant venir compenser cette faiblesse en mettant à disposition des francophones des produits décrits et vendus en français. Enfin, et surtout, ces technologies peuvent permettre, pour la première fois, de **bâtir une francophonie des citoyens et de la citoyenneté.** Les technologies en réseau, notamment l'internet, vont permettre à tout citoyen francophone d'échanger avec tout autre citoyen francophone, où qu'il se trouve.

Dans ce cadre, **la francophonie a des atouts certains.** On peut même penser que la francophonie a une certaine avance sur les autres communautés linguistiques car elle a commencé plus tôt à se penser et à se structurer. Elle s'est même pourvue depuis peu d'un visage et d'une voix politiques en la personne du Secrétaire général de la francophonie, Monsieur Boutros Boutros-Ghali. En outre, le français garde un statut officiel dans toutes les grandes organisations internationales et le français jouit, chez certaines élites internationales, d'un prestige qui peut nous aider dans nos entreprises.

" La francophonie, ce n'a été longtemps qu'un mot avec une signification plutôt vague. C'est par le réseau internet que ce mot est devenu, pour nous, une réalité : qu'il s'agisse du Web, des forums ou des listes de diffusion. Avec la création de " La Bibliothèque électronique de Lisieux " la bibliothèque municipale de Lisieux a trouvé un nouveau public hors de ses frontières régionales et nationales.

C'est d'abord, et encore aujourd'hui le plus souvent, d'Afrique du Nord, d'Amérique du nord, mais aussi du Japon, de Turquie ou d'Italie que nous parvenons des demandes concernant les textes que nous mettons en ligne et plus généralement sur la littérature française : de Tunisie, un enseignant auquel nous venons d'envoyer des notes sur le recueil " Émaux et camées " de Gautier ; du Japon, où un

universitaire qui entreprend une traduction du “ De Re diplomatica ” de Don Mabillon cherche à identifier des auteurs anciens ; d’Italie où une version électronique des “ Délivres d’Adoré Floupette ” était attendue depuis longtemps, d’Italie encore des recherches sur Mallarmé ou Forneret. On ne finirait pas de multiplier les exemples qui montrent la vitalité des échanges en langue française sur le réseau internet. ”

Olivier Bogros. Webmestre de la Bibliothèque municipale de Lisieux⁶. Propos recueillis par Blaise Rosnay : Club des poètes⁷

Une francophonie horizontale

Qu’est-ce donc que le contemporain ? Quels éléments du jour nous dirigent vers l’avenir ? Le premier, objectif, concerne la concentration et la rareté de l’information ; nous les avons quittées toutes deux, et avançons dans un monde d’abondance et de distribution dispersée, où les structures en réseau prennent la place des espaces centrés.

Michel Serres : préface de Pays de connaissances de Michel Authier (Éditions du Rocher)

Enfin, et c’est sans doute le plus important, les technologies numériques permettent **la construction des contenus à la périphérie**.

L’histoire a voulu que beaucoup de pays francophones soient des pays en voie de développement ou des pays émergents, formidable défi qui impose que la francophonie soit un espace de solidarité et d’échanges. Selon Jean-Claude Cousseran, directeur au ministère des affaires étrangères, pour que la francophonie subsiste, il est nécessaire que quatre conditions soient remplies : la présence d’écoles en français, qui assurent “ le renouvellement des générations ” ; **des médias, journaux, télévision, radio ; des livres et un milieu fortement francophone**. À défaut de ces éléments, le français, dans un pays, dans une région ou un groupe social, ne pouvait que dépérir, alors même qu’il devenait de plus en plus difficile, car de plus en plus cher, d’assurer, de façon artificielle, des écoles, des journaux, la télévision, la radio et des livres en français.

⁶ <http://www.bmlisieux.com/>

⁷ <http://www.franceweb.fr/poesie/index2.html>

Les technologies de l'information, la télévision et la radio satellitaires et l'internet, rendent possibles ce qui était avant impossible. On reçoit aujourd'hui quasiment partout des programmes de télévision en français. Ce n'était pas le cas il y a dix ans. RFI⁸ est mieux captée et peut même être écoutée sur l'internet. L'internet peut apporter la presse, de la documentation, des images. Bientôt, des banques de programmes éducatifs numériques, telle la Banque de programmes et de services développée par la Cinquième seront rendues disponibles. **C'est une nouvelle donne.** Ces technologies permettent, une fois installées, de produire à moindre coût. Les pays francophones du Sud peuvent devenir producteurs et exportateurs de programmes culturels, scientifiques ou éducatifs. Nous avons ainsi la possibilité de **passer d'une francophonie verticale**, du Nord vers le Sud, **à une francophonie horizontale** fondée sur des échanges plus équilibrés,

C'est pourquoi les Sommets francophones de Cotonou en 1995 et de Hanoi en 1997 ont défini le développement de la société de l'information comme une des priorités majeures. Des actions ont commencé et l'on ne peut que s'en réjouir : fonds francophone pour les inforoutes, projet d'université virtuelle francophone, mises en réseau, formations... **Il faut, pour une fois, que ces actions aient la taille et l'ambition que requiert un projet ambitieux de francophonie numérique.** On espère parfois que l'internet et les réseaux vont permettre aux pays les plus pauvres d'effectuer un "saut technologique". **Ces réseaux exigent en tout cas de nous un "saut conceptuel". Ils exigent de repenser entièrement la francophonie, non pour l'adapter à la société de l'information mais pour en faire un axe majeur de son développement et de ses usages.**

Ce qui fait l'intérêt de la Francophonie, c'est sans aucun doute le choc de la diversité heurtant de plein fouet la tradition française de l'universalité. Comment reconnaître la différence tout en affirmant l'égalité fondamentale de tous les êtres humains ? Comment à la fois maintenir l'unité et faire leur place aux particularismes ? C'est cette tension, cette question maintenue ouverte, qui entretient la vie de la Francophonie.

Stélio Farandjis

⁸ <http://www.rfi.fr/>

I. DEVELOPPER DES CONTENUS ET DES SERVICES D'INTERET GENERAL

C'est d'abord en développant **des contenus et des services d'intérêt général** que la France renforcera sa présence internationale dans la société de l'information. La culture, le droit, l'éducation, la recherche ou encore la santé sont des domaines où la France doit proposer une offre riche et bien structurée.

Nous devons également veiller à ce que toutes les conditions soient favorables pour que se développent l'offre et la demande de contenus et de services. Le cadre juridique doit être favorable et il est indispensable que nous maîtrisions toutes les technologies qui permettent l'accès aux contenus et aux services pour le plus grand nombre.

C'est à ces conditions que la France pourra être bien visible à l'international. **La société de l'information française doit être ambitieuse mais aussi solidaire et généreuse.** Comment souhaiter, par exemple, une certaine influence pour notre droit et demeurer frileux dans la mise à disposition des textes juridiques sur l'internet ? Comment espérer une place pour le français et se crisper sur des positions idéologiques qui freinent le développement des contenus dans notre langue ? Comment promouvoir les études en France et restreindre la délivrance de visas¹⁰ ? **Soyons clairs, nous ne pourrions pas avoir de projet international et le contredire à l'intérieur de nos frontières.**

La notion d'intérêt général dans l'espace numérique

La réflexion sur la mise à disposition des données publiques s'effectue traditionnellement selon une ligne de partage entre données brutes et données à valeur ajoutée ; données brutes que

⁹ <http://www.france.diplomatie.fr/francophonie/hcf/>

¹⁰ Sur ce point, les recommandations émises dans son rapport par M. Patrick Weil sont suivies d'effets et la situation s'est beaucoup améliorée.

l'on pourrait céder gratuitement et données à valeur ajoutée qu'il conviendrait de commercialiser, ou, de préférence, de faire commercialiser par le secteur privé. Cette approche assez " libérale " a été très largement soutenue par la Commission européenne, sur fond général de déréglementation des télécommunications. Les différentes circulaires publiées sur la mise à disposition et la commercialisation des données publiques respectent à peu près cette typologie¹¹.

Ce n'est pas parce qu'une donnée est publique¹² qu'elle est gratuite. Dans son ouvrage publié à la Documentation française sur ces questions¹³, Maurice Ronai distingue trois types d'administrations : les ministères, lieux de procédures administratives ; les établissements publics qui ont été créés pour produire et diffuser de l'information, " les grandes agences informationnelles " : l'Institut géographique national (IGN¹⁴), l'Institut national de l'audiovisuel (INA¹⁵), Météo-France¹⁶, ou l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE¹⁷) et qui doivent faire des recettes ; enfin, les services qui ont vocation à diffuser les publications de l'État, les " éditeurs de l'État ", tels le Journal officiel¹⁸ ou la Documentation française¹⁹. Pour ces derniers organismes, la nouvelle donne de l'internet peut modifier la péréquation qu'ils effectuent entre leurs produits solvables et leurs produits non solvables. Le premier groupe, celui des administrations, a plus de facilités à mettre certaines de ses données à disposition. Pour les autres organismes, **il faudra trouver des modèles économiques et, dans certains cas, vaincre les vieilles habitudes et les tendances au malthusianisme.**

Dans le discours du Premier ministre à Hourtin le 25 août 1998²⁰, apparaît pour la première fois la notion importante de " **données**

¹¹ Par exemple, la circulaire du 14 février 1994 relative à la diffusion des données publiques.

¹² Qu'est-ce qu'une donnée publique ? Une donnée publique est une donnée collectée ou produite dans le cadre de sa mission par un service public. La diffusion d'une donnée publique doit s'entendre comme la communication au public de données publiques, quel qu'en soit le support, résultant de l'activité d'une personne publique (Circulaire du 14 février 1994 relative à la diffusion des données publiques).

¹³ " **Données publiques : accès, diffusion, commercialisation** " *La documentation française* Nov. 1996

¹⁴ <http://www.ign.fr/>

¹⁵ <http://www.ina.fr/index.fr.html>

¹⁶ <http://www.meteo.fr/>

¹⁷ <http://www.insee.fr/>

¹⁸ <http://www.journal-officiel.gouv.fr/>

¹⁹ http://www.admifrance.gouv.fr/cgi-bin/multitel/CATALDOC/accueil_df

²⁰ <http://www.premier-ministre.gouv.fr/PM/D250897.HTM>

essentielles ". Ce terme est ensuite repris dans le programme d'action gouvernemental²¹ pour la société de l'information²².

Les données publiques essentielles doivent désormais pouvoir être accessibles à tous gratuitement sur Internet. Ainsi, puisque " nul n'est censé ignorer la loi ", je ferai en sorte que ce soit le cas du contenu du Journal officiel de la République française.

Lionel Jospin, Hourtin, 25 août

1997

Le concept de " données essentielles ", associé aux mesures prises pour que les administrations se dotent toutes de sites Web, a permis d'accroître singulièrement la diffusion gratuite des données publiques. Il suffit de se connecter à l'annuaire des sites administratifs, Admifrance²³, pour constater les progrès réalisés par notre pays en la matière. Nul doute que ce mouvement va continuer et s'amplifier. Répondant à la demande d'utilisateurs toujours plus nombreux, ces contenus vont appeler d'autres contenus, souvent déjà numérisés, et dont **la mise sur l'internet représente un coût marginal**. Saluons ici la volonté du Premier ministre en la matière, exprimée à de nombreuses reprises, car, en tout dernier lieu, **rien ne dit ce qui doit être disponible et gratuit sur l'internet sinon la volonté politique et les valeurs défendues**.

Nous souhaitons ici compléter et enrichir la problématique de mise à disposition des données publiques, qui risquerait de nous enfermer dans le champ des données purement administratives, pour aborder le concept **de données et de services d'intérêt général**, qui nous semble approprié à l'exigence **d'un service public fort sur l'internet**.

De la même façon que nous reconnaissons l'exigence d'un service public audiovisuel, nous devons reconnaître celle d'un service public de l'internet qui mette à disposition les données et les services d'intérêt général nécessaires à l'exercice de la citoyenneté, à l'offre d'éducation et qui présentent un intérêt patrimonial.

²¹ <http://www.internet.gouv.fr/francais/textesref/pagsi.htm>

²² " Au-delà des données publiques essentielles, dont Internet rend désormais possible une diffusion gratuite, il existe un champ considérable de données dont l'accès constitue l'une des conditions primordiales au développement de l'industrie et du marché français de l'information. " Programme d'action gouvernemental pour la société de l'information.

²³ <http://www.admifrance.gouv.fr>

Ces données et ces services peuvent être produits, selon les cas, par la puissance publique, par des éditeurs privés sur commande publique ou en collaboration entre le secteur public et le secteur privé. **L'important est qu'ils soient mis gratuitement à disposition sur l'internet.** En outre, il est évident que, plus nous élargirons la conception de l'intérêt général, plus favorable ce sera pour la présence internationale de la France et à la francophonie.

En effet, l'espace numérique est certes l'espace de la profusion, et c'est une chance immense pour la culture et l'éducation, mais cela risque aussi de nous confronter à une forme nouvelle de "fragmentation" du savoir et de la connaissance, quelques-uns sachant beaucoup, d'autres ne sachant rien et personne ne sachant la même chose. **La culture ne vaut que parce qu'elle est partagée et ce qui fonde une nation est aussi le socle culturel commun de son peuple.** La République s'est construite, entre autres, sur deux piliers : le tableau d'affichage légal, accessible à tous à l'extérieur de chaque mairie de France, où sont publiées toutes les informations indispensables à l'exercice de la citoyenneté ; l'école primaire, publique, laïque et dont le caractère **obligatoire** jusqu'à un âge déterminé définit la nécessité d'acquérir un certain nombre de connaissances de base, qui pendant longtemps, ont été enseignées partout en France, à partir des mêmes manuels, des mêmes tableaux muraux et des mêmes images d'Épinal et validées par le certificat d'études.

L'internet public pour le citoyen doit être à la fois le tableau d'affichage légal du XXIème siècle comme il doit être également la base de données des contenus numériques gratuits nécessaire à l'assise de l'offre d'éducation. Les manuels scolaires du XXIème siècle seront sans doute des bases de données accessibles sur l'internet.

Enfin, le concept de données et de services d'intérêt général sur l'internet, comme celui de service public sur l'internet, définissent la nécessité d'une médiation, notamment **d'une médiation éditoriale.** **La mise à disposition de données sur l'internet, notamment des données culturelles, exige de mener une réflexion sur les attentes et les pratiques des publics qui y ont accès et la mise en œuvre de stratégies raisonnées visant à fournir tous les outils, y compris les outils logiciels, permettant de ne pas se contenter d'une consultation exclusivement passive.** L'internet, grâce à des médiations éditoriales nouvelles, doit être un vecteur fort de la démocratisation de l'accès à la culture voulue par le gouvernement et tout particulièrement par Catherine Trautmann, ministre de la culture et de la communication.

Définir des priorités

Il nous a paru nécessaire de déterminer des priorités, tant pour des raisons d'efficacité et de visibilité, que pour mieux tenir compte des demandes et des attentes de nos partenaires étrangers. Nous en avons choisi quatre : **la culture, l'offre d'éducation et de formation, le droit, la recherche et la science.** Il va de soi que ces priorités sont également conformes aux valeurs que nous souhaitons promouvoir au delà de nos frontières, sans négliger pour autant les motivations économiques.

A. Produire des données numériques pour des missions publiques

La présence de la France dans l'espace numérique sera avant tout celle de ses contenus et de ses services. C'est aujourd'hui pour notre pays le défi le plus important. Or, il n'y a pas encore suffisamment de contenus français sur l'internet. Il n'est pas certain, malheureusement, que cette pénurie relative s'explique uniquement par le retard que nous avons pris dans le développement de l'internet. Nous devons développer davantage l'offre gratuite, largement alimentée par des données publiques. Pour ce qui concerne ces données, il reste des efforts importants à faire, d'une part pour définir les critères de sélection et d'autre part pour fixer le régime de leur mise à disposition sur les réseaux. Pour ce qui concerne l'offre marchande, il est urgent de développer et surtout "d'affiner" le dispositif de soutien, notamment pour les contenus culturels.

De quoi parle-t-on ?

Il y a souvent une ambiguïté quand on évoque le développement de l'internet dans notre pays. **S'agit-il de développer l'usage du protocole " IP ²⁴" pour mettre en œuvre un " Minitel en couleur " présentant une offre essentiellement marchande et à forte valeur ajoutée : une sorte " d'intranet français " ; ou s'agit-il d'inscrire la France dans un mouvement mondial de développement de contenus et de services d'intérêt général pour le citoyen, pour l'éducation, la formation et la culture ?** Grâce à l'expérience acquise par le Minitel, nous n'avons aucune crainte sur la capacité des acteurs économiques français à développer une offre marchande attractive et on peut penser que les offres payantes sur le réseau vont se développer à mesure que les problèmes liés à la **cryptographie** et aux modes de paiement, particulièrement les " **micro-paiements** " vont se résoudre. En revanche, à cause même de l'expérience du Minitel, on peut avoir, encore aujourd'hui, **des craintes pour ce qui concerne l'offre gratuite.**

De surcroît, nous pensons que le développement de l'offre gratuite et de l'offre payante sont complémentaires. **L'offre payante**, pour acquérir une bonne visibilité, particulièrement à l'international, **doit pouvoir s'adosser sur une offre gratuite riche et bien structurée**, ne serait-ce que pour le marché de la publicité, qui constitue, on le

²⁴ Internet Protocol

sait, un des modes de rémunération les plus évidents, pour l'instant, sur le réseau.

Il s'agira donc de tenter de définir plus précisément les stratégies qui peuvent être mises en œuvre pour la mise à disposition gratuite de contenus d'intérêt général sur l'internet, en essayant de les identifier plus précisément pour quelques secteurs prioritaires : la culture, l'offre d'éducation et de formation, le droit, la recherche scientifique et la santé.

1. Faire de la culture une priorité

Les technologies de l'information entretiennent avec la culture des relations étroites. Ce sont en effet des **technologies culturelles** à plusieurs titres. En premier lieu, elles sont médiatrices de l'offre culturelle, elles donnent à voir et à savoir : horaires d'ouverture des musées, prix des places de spectacle ; **elles permettent d'imaginer un vaste annuaire interactif et multimédia de l'offre culturelle française, européenne ou internationale.**

Elles sont en outre un support supplémentaire ou complémentaire pour **la diffusion de la culture et un outil de sa promotion** : ce sont les sites internet culturels mais aussi les chaînes thématiques du câble ou des bouquets numériques : Arte,²⁵ Paris première, ou d'autres. De même, elles donnent un accès plus large et différent au patrimoine culturel : musées et expositions virtuels, bibliothèques, archives. Elles permettent également de connecter les richesses patrimoniales de plusieurs pays, de plusieurs institutions. Elles donnent enfin accès à la création contemporaine : le patrimoine " en train de se faire ".

Au delà de ces logiques d'accès, elles sont également **des technologies de création** : nouvelles images, nouvelles formes d'écriture, nouveaux sons et nouveaux mariages des techniques et des supports. Le numérique est au cœur de la création contemporaine et des formes nouvelles d'esthétique.

Enfin, ces technologies sont culturelles, au sens anthropologique du terme, car elles peuvent modifier en profondeur la société par les changements qu'elles apportent aux modes de communication entre les personnes et entre les groupes.

Définir une politique de soutien public pour la culture sur l'internet

²⁵ http://www.arte-tv.com/index_f.html

Dans notre pays, le secteur culturel est un secteur d'économie mixte où les pouvoirs publics, à tous les échelons, jouent un rôle essentiel qu'il convient de préserver. Les contenus et les services culturels d'intérêt général sur l'internet doivent obéir aux mêmes logiques de production et de diffusion. En matière de culture, l'État n'est pas seulement un " guichet ". Par les procédures et les modalités de traitement des dossiers qu'il met en œuvre, il est aussi accompagnateur, suscite des projets, les aide à mûrir et les rend possibles. Pour ce qui concerne les contenus sur l'internet, notamment les contenus culturels, tout ou presque reste à imaginer et la tâche est immense.

a) Développer l'offre culturelle

Il faudra avant tout développer l'offre culturelle, améliorer le dispositif de soutien mis en œuvre par l'État et donner des lieux à la création, seule susceptible de donner à ces actions la dynamique nécessaire à leur essaimage au sein de la société.

(1) Fournir l'offre culturelle nécessaire à l'éducation

Comment déterminer les contenus et les services culturels qui doivent être mis en ligne gratuitement. En fixant les **programmes d'enseignement**, des plus petites classes jusqu'au plus élevées, dans l'ensemble des disciplines, le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie détermine, d'une certaine façon, les connaissances et les savoir faire qu'il est souhaitable de maîtriser dans notre société et qui sont utiles aux autres. Dès lors, il est possible d'énoncer un principe simple : **l'ensemble des citoyens doit pouvoir disposer sur l'internet des contenus et des services nécessaires à l'accomplissement d'un cursus scolaire jusqu'au baccalauréat.** On peut considérer en effet que les programmes scolaires tels qu'ils sont définis par les textes officiels constituent déjà des éléments d'inventaire du socle " essentiel " de l'offre d'éducation et de formation. Pourquoi refaire le travail de sélection effectué par les inspecteurs de l'éducation nationale ?

On constate aujourd'hui, sur l'internet français, **qu'on est loin de pouvoir disposer d'une offre de contenus suffisamment riches pour mener à bien un cursus scolaire, même jusqu'en troisième.** Il manque ainsi des outils de base : par exemple, une grammaire bien faite qui tire parti de tous les avantages de l'hypertexte, un dictionnaire de référence, des cartes géographiques utilisables facilement en classe, des outils mathématiques et géométriques, etc.

Le ministre de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, a déclaré à l'Université d'été à Hourtin, au début du mois de septembre 1998, que la période du "colbertisme" était terminée et que l'on ne pouvait pas attendre du ministère qu'il produise lui même tous les contenus multimédias éducatifs. Il a raison. Comme cela se passe déjà depuis longtemps pour les supports d'enseignement sur papier, **le ministère de l'éducation doit agir en collaboration avec les éditeurs privés et publics, qu'il soutient ou à qui il passe des commandes.** Il est donc moins important de savoir si cette offre est créée par des opérateurs publics ou des opérateurs privés que de veiller à la gratuité de sa mise à disposition. Après tout, les manuels scolaires utilisés dans les écoles et les collèges sont bien produits par des éditeurs privés et mis à disposition des élèves des écoles et des collèges gratuitement par la puissance publique, qui les achète.

Avoir comme objectif la mise en ligne gratuite des contenus nécessaires aux cursus scolaires jusqu'à la terminale

Cette réflexion et ces actions doivent s'effectuer dans un cadre interministériel qui associe en tout premier lieu le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie et le ministère de la culture et de la communication.

(2) **Rendre notre patrimoine littéraire disponible sur les réseaux**

S'il n'y avait qu'une seule action à imaginer pour renforcer la présence du français et la francophonie sur l'internet, le choix se porterait naturellement sur la mise en ligne des **grands textes littéraires français**. Notre littérature est en elle-même une "marque" qui a une notoriété incontestable dans le monde. Pourquoi cette autre idée simple paraît-elle si difficile à mettre en œuvre aux institutions qui en ont le pouvoir et la mission ?

Il faut rendre disponible, en mode texte, le patrimoine littéraire français libre de droits sur un site internet, mieux, sur plusieurs sites miroirs à travers le monde.

Qui doit mener cette action ?

Pour ses collections, la Bibliothèque nationale de France²⁶ (BNF) a fait des choix techniques et parmi eux celui de numériser un grand nombre d'ouvrages en mode "image". La BNF explique que ce mode est celui qui convient le mieux à sa mission et à sa vocation : conserver et donner accès, d'abord aux chercheurs, à des documents les plus proches possible des originaux. Cependant, pour travailler sur les textes, les enseigner, mettre côte à côte des versions dans des langues différentes et les comparer, pour effectuer le travail exigé de tous les étudiants en littérature et en linguistique à travers le monde, **le mode "texte" est indispensable**. Aujourd'hui, dans les universités françaises, pour pouvoir appliquer aux textes étudiés les traitements modernes demandés par leurs professeurs, les étudiants s'échangent sous le manteau des versions numérisées à la sauvette dans la plus parfaite illégalité. Ce n'est pas normal.

²⁶ <http://www.bnf.fr>

Ces quelques liens...

Éditeurs

<http://www.odilejacob.fr>

<http://www.gallimard.fr>

<http://www.puf.fr>

<http://www.michel-lafon.fr>

Magazines littéraires

<http://www.pagina.tm.fr>

<http://www.republique-des-lettres.com>

<http://www.lafactory.com/index.htm>

<http://www.imaginet.fr/zazieweb>

Cyberéditeurs

<http://www.cylibris.com>

<http://www.00h00.com>

<http://www.edispher.fr/index.htm>

<http://www.onlineoriginals.com>

Textes à télécharger gratuitement

<http://cedric.cnam.fr/ABU>

<http://palissy.humana.univ-nantes.fr:80/cete.html>

<http://www.perso.wanadoo.fr/polar/>

<http://www.gutenberg.net>

Cyberlibraires

<http://www.alapage.tm.fr>

<http://www.club-internet.fr/livres>

<http://www.livre-en-ligne.fr>

<http://www.fnac.fr>

<http://www.furetdunord.fr>

<http://www.terra.fr/charade>

<http://www.tschann.fr>

*Liens proposés par Dominique
Nora*

*Le nouvel Observateur
Du 12 au 18 novembre 1998*

Des **ressources textuelles numérisées existent en France**, à l'Institut national de la langue française (CNRS), en premier lieu. L'INaLF²⁷ a, dès les années soixante, mis en œuvre une base de textes qui, depuis, a connu quelques difficultés. Il y existe aussi des textes disponibles dans les universités, dans des bibliothèques. Depuis plusieurs années, également, **l'Association des bibliophiles universels²⁸ (ABU)** numérise des textes " classiques " libres de droit et les met à disposition sur l'internet.

L'heure des grandes bases de données est révolue. Il faudrait susciter une initiative visible de plusieurs partenaires, dont l'INaLF et la BNF, qui viserait, d'une part à **mettre ces textes dans un format technique commun**, par exemple la norme T.E.I.²⁹, acceptée par tous, et d'autre part, à **élaborer une interface d'interrogation perfectionnée de données textuelles distribuées sur différents**

²⁷ <http://www.ciril.fr/INALF/>

²⁸ <http://cedric.cnam.fr/ABU>

²⁹ Text Encoding initiative

serveurs. Cela ne peut être fait que par la collaboration de plusieurs institutions. À défaut, une commande pourrait également être passée à un éditeur spécialisé dans ce domaine. Il faudra être très vigilant à ce que cette base soit conçue avant tout pour les lycéens et les étudiants en littérature car c'est sans doute là que le besoin est le plus urgent.

Mettre à disposition sur l'internet, en mode texte, une base des grands textes français et des outils performants pour les manipuler

Enfin, l'Unesco³⁰ a le projet ambitieux de mettre à disposition la littérature mondiale, en plusieurs langues sur l'internet. La littérature française a la chance d'avoir été traduite dans de nombreuses langues. La France doit saisir l'occasion de collaborer avec cette institution pour réaliser, pour sa littérature, ce **grand site multilingue**. Ce projet pourrait être pris en compte dans les initiatives prévues pour l'an 2000, notamment l'exposition sur la langue française³¹.

Lancer, avec l'UNESCO, un grand site plurilingue de la littérature française

On sait ce qu'a donné dans l'Histoire la rencontre entre la manne patrimoniale que constituait l'arrivée en Europe des manuscrits byzantins et les procédés de diffusion que permettait l'imprimerie. Nous pouvons nous attendre à l'inouï avec l'arrivée massive du patrimoine mondial au cœur des campus de recherche du monde entier. (...) Le problème est de savoir quelle place la France voudra et pourra tenir dans ces nouveaux champs de recherche, et si elle acceptera de collaborer à l'assomption électronique de son propre patrimoine sans craindre d'y perdre son latin.

Marianne Pernoo-Bécache
Revue d'histoire littéraire de la France

Bibliographie de la littérature française (XVIème - XXème siècle)
Imprimés-internet (PUF) septembre / octobre 1998. 98^{ème} année / N°5

³⁰ <http://www.unesco.org/general/fre/programmes/index.html>

³¹ <http://www.celebration2000.gouv.fr/html/programme/program.htm>

100.000 livres en braille³²

100.000 livres francophones ont été transcrits en braille dans un format adapté aux interfaces des ordinateurs pour non voyants. Ces livres ont été sélectionnés avec soin afin de pouvoir constituer un contenu culturel de référence. Le codage en braille permet une retranscription numérique plus rapide et sans erreur, chaque signe de l'alphabet braille renvoyant à un signe et un seul de l'alphabet latin.

Il serait souhaitable que le ministère de la culture étudie la possibilité de mener une telle action.

b) Améliorer le dispositif de soutien aux contenus et aux services

L'audition publique au Webbar³³ aura permis de mettre en évidence, si cela était encore nécessaire, **la difficulté des porteurs de projets culturels sur l'internet à trouver un soutien, voire même une porte d'entrée dans les circuits du financement public. Le dispositif de soutien à l'internet non marchand est encore quasiment inexistant.**

En outre, cette offre culturelle doit s'appuyer sur la numérisation du patrimoine, ce qui, en France comme dans la plupart des pays européens, est une tâche lourde et chère en raison même de la richesse et de la diversité du patrimoine. **Il serait souhaitable de trouver des modes de collaboration entre l'État, les collectivités et les associations pour la mener à bien.** Il serait possible d'imaginer une procédure d'aide qui reprendrait certains des éléments mis en œuvre pour le patrimoine historique.

(1) Créer un fonds de soutien pour les contenus et les services d'intérêt général

La France a su définir des modèles économiques qui, instaurant des coopérations entre le public et le privé, permettent de mener à bien

³² Cette idée nous a été suggérée par Jean-Claude Guédon, Professeur à l'université de Montréal et spécialiste des technologies de l'information.

³³ <http://www.oreille.org/themes/23/intro.htm>

des actions d'intérêt général, par exemple, pour les monuments historiques. Si l'État avait dû prendre en charge la restauration et l'entretien de l'ensemble du patrimoine architectural français, notre pays aurait perdu une part importante de sa mémoire et de son attrait touristique. Il en aurait été de même si la sauvegarde de ce patrimoine avait été confiée au seul secteur privé.

Il est souhaitable d'imaginer aujourd'hui pour les contenus numérisés des coopérations nouvelles entre le secteur public et le secteur privé, définies selon des principes équivalents : **un premier principe “ d'inventaire ” ou de “ catalogue ”**, qui détermine le degré d'intérêt des projets et les répertorie ; **un deuxième principe de soutien financier de l'État**, pour l'ensemble du projet ou à coût partagé, soutien qui peut, selon les cas, être complété par des aides de collectivités territoriales ; **un troisième principe de maintenance et d'ouverture obligatoire au public**, selon des règles fixées à l'avance, dans le respect de la propriété.

Un fonds de soutien à l'internet culturel d'intérêt général

Il est ainsi urgent de créer et de mettre en œuvre rapidement un fonds pour l'internet culturel d'intérêt général. Cependant, les procédures d'instruction et les modalités de traitement des dossiers seront aussi importantes que le fonds lui-même. Il ne s'agira pas de “ créer de l'administration ”. Soyons innovants aussi dans la gestion administrative de ce nouveau dispositif.

Le dispositif de soutien devrait prendre appui sur le réseau déconcentré des directions régionales des affaires culturelles (DRAC). Les concertations nécessaires entre les DRAC et l'Administration centrale pourraient se faire exclusivement par courrier électronique, le ministère de la culture et de la communication étant à la pointe du développement de l'internet dans l'Administration.

Qu'est-ce qui mérite d'être numérisé ? Qu'est-ce qui est d'intérêt général ? **Il est indispensable de mettre en œuvre un inventaire des projets de numérisation qui sollicitent une aide publique. Cet inventaire, ou ce catalogue, doit être réalisé de façon déconcentrée et en réseau.**

De plus, un projet sur l'internet peut avoir, dans le même temps, un intérêt local, régional et national, voire un intérêt pour la francophonie multilatérale. Définir, de façon souple et décentralisée, **un “ label ” d'intérêt général culturel** permettrait d'éviter plusieurs instructions parallèles.

Enfin, **la pérennité des sites de l'internet non marchand et leur mise à jour est un problème récurrent sur l'internet.** Ces points pourraient être fixés contractuellement dans les conventions passées avec les porteurs de projets.

Définir un “ label ” d'intérêt général culturel, élaborer un inventaire ou un catalogue disponible en ligne et mettre en œuvre un fonds de soutien et un dispositif raisonné pour les projets culturels d'intérêt général sur l'internet

Un exemple parmi des centaines, de site d'initiative associative et d'intérêt général.

Un site Web pour la musique ancienne

Depuis plusieurs années, la musique ancienne a su prendre une place importante dans la vie artistique internationale : nombreux concerts qui rencontrent un large public, disques, recherches musicologiques... Ce mouvement est né en Europe, notamment en Hollande et en Grande Bretagne. Il a été suivi par les Français au début des années soixante-dix.

Aujourd'hui, la musique ancienne est sur le Web. Pourtant, que l'on cherche des renseignements sur Bach ou sur Lully, les moteurs de recherche renvoient toujours vers les États-Unis. La France est un des pays les plus actifs en matière de musique ancienne. Elle ne le fait pas assez savoir.

L'association DIDEROT *Arts Vivants*³⁴ propose de lancer un site Web francophone destiné à la promotion des professionnels de la musique ancienne (médiévale, Renaissance et baroque). Il comprendrait notamment **une revue en ligne de musique ancienne**. En effet, s'il existe plusieurs revues musicales généralistes en français, plutôt orientées vers la vulgarisation, en matière de musique ancienne, la référence principale, la revue *Early Music*, est une revue anglaise diffusée dans le monde entier. Ce trimestriel de qualité donne néanmoins l'impression que toute la musicologie est anglophone, dans sa langue et dans sa démarche. Or, les musiciens francophones, qui ne s'expriment que très rarement dans *Early Music*, ont atteint depuis une vingtaine d'années un niveau d'excellence qui ne dispose d'aucune tribune. Cette revue électronique en ligne donnerait certainement un nouvel élan à leur travail.

D'après Jean-Paul Combet, association DIDEROT *Arts Vivants*

³⁴ DIDEROT *Arts Vivants*, diderot@imaginet.fr

(2) Développer l'offre marchande

Le développement de l'offre marchande de contenus et de services sur l'internet est tout aussi important. La situation est cependant moins inquiétante. La profession des éditeurs multimédias, en partie grâce à la télématique du Minitel, en partie grâce à l'industrie du logiciel de jeu et de loisir, est structurée par des associations efficaces qui offrent à l'État une interface de dialogue et de concertation. Les guichets de soutien, s'ils peuvent être développés et améliorés, existent et trouvent leur place au sein d'institutions, tel le Centre National de la Cinématographie, qui ont une habitude éprouvée de l'aide aux industries culturelles.

Il faut évidemment concevoir des synergies entre l'offre publique et l'offre du secteur privé, afin qu'elles se renforcent l'une l'autre.

Si l'on considère, et nous le souhaitons, que **les industries multimédias sont des industries spécifiquement culturelles**, elles doivent pouvoir bénéficier des modes de soutien qui sont accordés au cinéma ou à l'audiovisuel en général. À ce titre, il serait intéressant que le CNC étudie la possibilité de mettre en œuvre un dispositif de type compte de soutien afin de pouvoir verser des subventions. À l'heure actuelle, le type de crédits gérés par le CNC pour le multimédia³⁵ ne permet que de distribuer des avances sur recette.

Établir un compte de soutien pour le multimédia³⁶ afin d'être en mesure d'accorder des subventions pour certains projets

Il faudrait également que les aides accordées permettent **d'accompagner les entreprises dans de véritables plans financiers**, en panachant, selon les projets et l'étape de développement de l'entreprise, des subventions, des avances remboursables, des garanties de prêt et du capital risque. Aujourd'hui, même quand **l'ensemble de ces aides sont disponibles** elles ne le sont **pas dans le même temps et ne sont pas coordonnées entre elles**.

³⁵ http://www.cnc.fr/soutien/cnf_soutien_indust_edmemoptique.htm

³⁶ Dans un premier temps, ce compte de soutien pourrait être réservé au multimédia hors ligne.

(3) Améliorer l'interface entre l'État et les porteurs de projets

Comment obtenir un soutien public à un projet lié aux technologies de l'information ? À qui s'adresser ?

Les aides sont nombreuses et dispersées et les porteurs de projets perdent beaucoup de temps à trouver les bons interlocuteurs. Ces “ courses-poursuites ” à la subvention donnent une image peu claire de la politique de soutien mise en œuvre par l'État. Déjà, le rapport³⁷ établi par Francis Lorentz³⁸ soulignait ces difficultés.

Il n'est pas normal que les citoyens doivent se plonger dans le bottin administratif pour obtenir conseils et subventions.

L'idée d'un “ guichet unique ”, si elle est séduisante, paraît cependant peu faisable. Il y a fort à parier que ce guichet unique deviendrait très rapidement un guichet supplémentaire, chaque administration gardant ses propres procédures d'instruction.

Il serait cependant utile, dans un premier temps, de **mettre en ligne, sur un site internet de l'Administration, les informations relatives à l'ensemble des aides françaises et européennes.** C'est une mission de service public que l'État doit prendre en charge indépendamment des initiatives privées qui pourraient voir le jour.

Constituer un site rassemblant les différentes procédures d'aide au multimédia en ligne et hors ligne

Il serait aussi souhaitable que l'Administration élabore **un dossier standardisé de demande de soutien à un projet multimédia en ligne ou hors ligne.** Ce **dossier unique** offrirait de nombreux avantages : les porteurs de projets pourraient le retirer dans plusieurs administrations différentes, voire auprès de structures associatives ou professionnelles : les chambres de commerce, par

³⁷ http://www.finances.gouv.fr/commerce_electronique/lorentz/index-d.htm

³⁸ “ les aides existantes et les nouveaux dispositifs suscitent une attente importante de la part des entreprises. Elles demandent à être rapidement informées de la manière d'accéder à l'ensemble des dispositifs. Les PME en particulier, qui (sauf exception) ne disposent ni du temps, ni du tissu relationnel pour s'y retrouver dans le maquis des dispositifs d'aide, expriment souvent le sentiment que ceux-ci ne profitent qu'aux grandes entreprises et à certains spécialistes de la subvention. ”
Rapport établi par Francis Lorentz “ *Commerce électronique : une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics* ”, janvier 1998

exemple. Il serait bien évidemment disponible en ligne. Accompagné d'une notice explicative, **il éclaircirait les critères de sélection des projets**. Enfin, l'Administration pourrait faire circuler les dossiers elle-même entre les différents services, évitant les navettes entre les différents ministères. **Ce dossier unique de demande de subvention devrait être conçu de façon interministérielle.**

Élaborer un dossier unique de demande de subvention pour un projet multimédia, en ligne ou hors ligne

c) Donner des lieux à la création

Les projets culturels et créatifs multimédias n'ont pas seulement besoin de subventions. Il leur faut aussi des pépinières, des lieux propices à l'échange, à l'exposition ou à la "performance", dotés des compétences et des capacités techniques nécessaires à leur éclosion. Le ministère de la culture et de la communication met en œuvre un programme ambitieux d'espaces culture multimédia. Il est souhaitable qu'il soit poursuivi et renforcé, notamment par la mise en réseau de ces espaces et par la constitution de certains d'entre eux en "ruches" du XXI^{ème} siècle.

(1) Imaginer les "ruches" du XXI^{ème} siècle

Les amoureux de Paris connaissent tous "La Ruche", atelier d'artistes à l'architecture de bois très particulière, qui a, dès 1910, accueilli de nombreux artistes, dont Chagall qui y a peint plusieurs toiles. La Ruche est l'un des derniers vestiges de résidences d'artistes inscrites dans un quartier, participant à sa vie à son économie et à sa célébrité. C'est aussi de rencontres d'artistes que sont nées plusieurs écoles de peinture : le nabi, le fauvisme, etc. **Saurons-nous recréer les conditions favorables à l'épanouissement de ce que certains appellent dans le multimédia la "french touch", une manière française, mais qui n'est encore ni un mouvement, ni une école.**

Rendre possible, ce n'est pas toujours, ou seulement, apporter un soutien financier. Pendant l'audition publique au Webbar, il a été

frappant de constater que les demandes portaient avant tout sur la notion de “ **possibilité** ” se traduisant par **la mise à disposition de locaux, l’existence de lieux de conseils, d’écoute et d’accompagnement des projets.**

Imaginer de nouveaux phalanstères du multimédia

En outre, il est essentiel que les artistes et les entreprises du multimédia puissent se côtoyer car **il n’est pas souhaitable que la création multimédia se fasse loin des entreprises, qui emploient des créateurs et qui sont en prise directe avec les marchés.** L’expérience a montré que de ce rapprochement pouvaient naître des projets, des idées et **ce sont ces étincelles que les pouvoirs publics doivent encourager.**

Un exemple de réussite dans ce domaine est celui du groupe de rap français IAM³⁹. Ce groupe avait son studio d’enregistrement dans le même immeuble qu’une société spécialisée dans le multimédia et dans la création de sites internet. S’intéressant à leurs métiers réciproques, c’est tout naturellement cette société qui a construit le site Web du groupe et qui permet à des milliers de fans d’écouter des extraits de leurs albums, et même d’en extraire des fragments pour les réinsérer dans des morceaux de leur composition⁴⁰. Les groupes musicaux et les photographes doivent tout particulièrement retenir l’attention. En effet l’image et la musique passent les frontières indépendamment des langues. Paris n’est-elle pas devenue une place importante de la musique africaine, grâce notamment à RFI,

Ces rapprochements sont à encourager.

Ces lieux nouveaux d’activités, d’économies et d’objectifs pluriels pourraient être un des prolongements de l’action menée par le ministère de la culture et de la communication pour la création d’espaces “ culture-multimédia ”. Certains lieux, tels “ la Friche de Belle de mai⁴¹ ” à Marseille ou “ le Métafort⁴² ” d’Aubervilliers, sont déjà des “ phalanstères ” de ce type. Pour que ce type d’expériences essaime, il sera sans doute nécessaire d’accentuer la mise en réseau de ces espaces et **d’imaginer une structure fédératrice** permettant de mutualiser les expériences et de proposer des services communs. **Ces espaces devraient pouvoir accueillir également des artistes français et étrangers en résidence.**

³⁹ <http://www.iam.tm.fr/>

⁴⁰ L’utilisation de fragments de musique est très importante dans les nouvelles formes musicales, dont le rap et la techno. Les musiciens emploient d’ordinaire l’anglicisme “ sampler ”.

⁴¹ <http://www.lafriche.org/>

⁴² <http://www.metafort.com/>

Susciter la création de “ruches” multimédias, le rapprochement des créateurs, des entreprises et des lieux de formation

(2) Mettre en réseau les Espaces culture multimédia et les renforcer

Les Espaces culture multimédia, suscités par le ministère de la culture et de la communication dans le cadre du programme d'action gouvernemental, constituent sans aucun doute **une pépinière privilégiée de talents nouveaux pour le multimédia, l'internet et plus largement l'usage des technologies de l'information dans le domaine culturel.**

Ces lieux sont aussi, pour la plupart d'entre-eux, des lieux d'expérimentation d'autres formes de spectacle, de rapport au public, **d'inscription dans un territoire et dans des réseaux.** Ce sont ces expériences qu'il faut favoriser de manière prioritaire en examinant les moyens les plus appropriés pour **les doter**, lorsque cela les intéresse, **de fenêtres vers l'international.**

Le Batofar

Batofar

Batofar est un projet ambitieux de réhabilitation d'un véritable “bateau phare” et de sa transformation en un espace pluridisciplinaire de diffusion culturelle, de résidence artistique et de formation aux expressions artistiques urbaine.

Bientôt amarré à Paris, ce lieu s'ouvrira au regard et à l'accueil d'autres villes européennes, notamment les ports, qu'ils soient maritimes ou fluviaux. Villes partenaires : Berlin, Barcelone, Budapest puis Naples, Bristol, Lisbonne.

Deux artistes sont accueillis en résidence. Les projets qu'ils proposent doivent se concevoir comme une intervention in situ sur le navire. plusieurs disciplines seront concernées, l'écriture, les arts plastiques, mais aussi les musiques électroniques et électroacoustiques (installations sonores) et l'audiovisuel. Une

programmation pluridisciplinaire (musique, théâtre de rue, danse, installations multimédias, rencontres d'écrivains, DJs, débats).

Le multimédia y sera une priorité, tant comme nouveau mode d'expression et de création artistique que comme support à l'expression et au développement créatif des jeunes. Le Batofar sera un "laboratoire flottant". Il accueillera des jeunes pour des formations et d'autres activités : formation aux musiques électroniques, magazine sur l'internet et agence de presse pour adolescents, magazine vidéo, journalistes parrains, etc. Il accueillera également des créateurs, des associations travaillant sur l'appropriation sociale des nouveaux outils informatiques. Ces activités multimédias auront un volet européen d'échanges et de confrontations d'expériences. Le Batofar aura un site internet qui aura l'ambition d'être un lieu d'échange et d'expression.

Association " Signe et eau "

La Direction régionale des affaires culturelles d'Île de France donne, dans son rapport d'activité pour 1997, une typologie très intéressante de ces nouveaux lieux culturels. Elle remarque que ce sont le plus souvent **des lieux pluridisciplinaires** qui ont **un projet artistique innovant et ouvert sur les arts d'aujourd'hui** : musiques amplifiées, art de la rue, nouveau théâtre, audiovisuel et multimédia. Ils fonctionnent en **économie mixte** sur la base d'une structuration juridique privée : association, mais aussi SARL ou SCOOP. Il apparaît également que ces équipements correspondent aux nouvelles **attentes du public**, à la nécessité de trouver de nouveaux publics comme à celle de trouver des lieux de diffusion pour les artistes. Ils créent des **emplois** qui trouvent rapidement un autofinancement partiel (emplois-jeunes). **Inscrits dans un territoire**, ils s'intègrent souvent dans les objectifs de la politique de la ville (lien social) et participent à la politique d'aménagement du territoire.

Ces lieux nouveaux sont donc des lieux privilégiés de **démocratisation de l'accès à la culture**. Ils favorisent de nouveaux liens entre les pratiques amateurs et les pratiques semi-professionnelles.

Penser en réseau

Il est nécessaire d'accélérer la mise en réseau de ces espaces. Les tâches relatives à l'accompagnement des projets pourront s'effectuer de façon plus efficace si l'on procède à la **mutualisation de certains**

services qui peuvent être rendus aux différents lieux. Ce réseau peut être suscité par l'État mais pris en charge par les acteurs eux-mêmes.

La Direction régionale des affaires culturelles d'Île de France a suscité un réseau de ce type qui pourrait servir de préfiguration à un réseau national : **le Réseau " Actes-If "**

Dès la fin de 1996, plusieurs équipements culturels de proximité d'Île de France - une douzaine - ont ressenti le besoin de mettre sur pied un réseau qui puisse mutualiser un certain nombre de services et de tâches. C'est ainsi que s'est créé le réseau Actes-If. Parmi ses activités, il a permis d'élaborer, d'éditer et de diffuser un journal trimestriel d'information et de concevoir un site internet qui permet d'échanger rapidement et efficacement savoir-faire et expériences.

Actes-If, en liaison avec l'AGECIF, organise **des sessions de formation**, notamment à la gestion d'équipements culturels de proximité. Il a également permis la mise en commun d'outils de gestion : centre de traitement de la paie des artistes et des techniciens du spectacle. En outre, il facilite l'organisation de tournées d'artistes dans les différents lieux. Le réseau permet, éventuellement, de constituer une interface unique avec l'Administration pour des démarches concernant l'ensemble des lieux : par exemple, l'aménagement du cadre juridique pour mieux tenir compte de la spécificité des petites salles de spectacle.

<i>Accélérer la mise en réseau des Espaces culture multimédia</i>
--

d) Créer le portail de l'offre culturelle publique française

Comment accéder facilement sur l'internet à l'offre culturelle ?

Le site Web du ministère de la culture et de la communication⁴³ a les défauts de ses qualités. Premier site administratif français mis en ligne en 1994, il demeure le site public le plus consulté mais il hésite depuis sa création, entre être le site administratif et de communication du ministère et être " le portail " d'entrée de l'offre culturelle publique française. **Le ministère de la culture et de la communication doit être une nouvelle fois pionnier et réaliser un portail culturel, innovant, complet et interactif.**

⁴³ <http://www.culture.fr>

Réaliser un portail culturel public français

Ars Longa

Ars Longa de Belleville.

Ars Longa est une association à vocation culturelle qui a restauré un “ loft ”, le **Moulin Joly**, situé dans le quartier de Belleville à Paris. Elle accueille depuis 1997 des spectacles et des événements culturels.

Aujourd'hui, *Ars Longa* ressent le besoin d'espaces culturels nouveaux pour les nombreux artistes de l'est parisien, espaces d'expression et de promotion.

Ars Longa souhaite ainsi ouvrir un centre de ressources hypermédia, Hypermédi@rt, qui favorise les liens entre art, culture et nouvelles technologies, sans oublier l'éducation.

Le premier objectif est de **mutualiser les ressources hypermédia** en mettant à la disposition des groupements d'artistes et des écoles du quartier de Belleville un espace de travail, une équipe technique pluridisciplinaire : formateurs, spécialistes de logiciels de création, animateurs, techniciens réseaux et informatique, etc. ; et des moyens techniques et informatiques.

Le deuxième objectif est de **fournir un ensemble de services** : des sessions d'initiation à l'utilisation d'outils informatiques génériques, des modules de formation à des logiciels professionnels liés notamment à l'infographie et des modules d'appropriation, plages horaires libres où les artistes peuvent développer leurs propres projets. *Ars Longa* héberge déjà une galerie d'art contemporain en ligne qui accueille plus d'une centaine d'artistes indépendants.⁴⁴

C'est un projet original au cœur d'un quartier qui compte l'une des plus fortes concentrations d'artistes d'Europe (3300 artistes recensés). Il a pour ambition d'essaimer en France et, pourquoi pas, partout en Europe. Pourtant, la plupart des artistes reçus sont dépourvus de ressources pour investir à titre personnel dans les outils multimédias qui les attirent. Ils sont demandeurs d'assistance pour leurs projets, d'espaces de rencontres et d'entraide et de services de promotion de leurs œuvres.

Enfin, *Ars Longa* accueille les enfants du quartier et les met en contact avec des enfants dans des écoles francophones au Canada, au Liban, au Maroc, à Haïti et en Belgique.

⁴⁴ <http://www.globalgallery.org>

Tableau récapitulatif des actions souhaitables en faveur de l'offre culturelle multimédia

	Contenus d'intérêt général	Contenus spécialisés	Offre marchande
Promotion de l'offre culturelle informations sur l'offre	Site portail de l'offre culturelle publique	Portails pour les chercheurs et les spécialistes, répertoires annuaires	Aide à l'exportation ou à l'internationalisation de l'offre Portails culturels privés
Accès à la culture " patrimoines " écrits, sonores, visuels...	Données nécessaires à l'offre d'éducation et de formation travail d'édition	Fonds d'archives numérisés, publiques ou privées, sites privés ou associatifs.	Cédéroms culturels, sites payants, encyclopédies, données spécialisées
création artistique	Commande publique, création de lieux spécialisés pour la formation	Participation aux expositions, aux performances ou aux manifestations	promotion du marché de l'art
modes d'action de l'État.	Prise en charge à 100%	subvention à coût partagé	avance remboursable

2. Mobiliser l'offre de formation et d'éducation à distance

La demande d'éducation et de formation ne cesse de croître dans le monde : environ 10% par an selon Michel Serres. Les budgets de la plupart des États stagnent et ne sont pas en mesure de répondre aux attentes alors même que la généralisation des technologies de l'information et de la communication impose de **nouveaux modes d'apprentissage et l'acquisition de nouvelles compétences.**

Un enjeu nouveau dans la société de l'information

Cet enjeu culturel est doublé d'un enjeu économique important. Le marché de la formation, à distance ou non, est en forte croissance et peut devenir la source de ressources nouvelles pour les pays. L'Australie a fait de la formation son deuxième pôle d'exportation, avec un chiffre d'affaires d'environ 40 milliards de francs en 1997. Ce marché est fortement dominé par l'offre américaine et plus largement anglo-saxonne.

La concurrence est désormais mondiale

Dans ce domaine aussi, la compétition est mondiale et porte sur les services comme sur les contenus. Elle met en **concurrence les opérateurs " traditionnels "**, écoles, universités, organismes de formation à distance, mais également **des opérateurs nouveaux**, le plus souvent liés aux technologies de l'information et de la communication, qui proposent des produits culturels et didactiques et viennent modifier singulièrement les règles et les comportements.

Dans ce cadre, le multimédia et les technologies en réseau permettent le développement d'offres nouvelles pour l'éducation et de la formation à distance, accompagnées ou non de formations " en présence ", qui vont accélérer **le phénomène de mondialisation de la formation.** Les nombreuses applications, comme la formation à distance par l'internet, les échanges entre enseignants et entre élèves, le maintien de réseaux d'anciens boursiers, l'accès aux bases de données, la mutualisation des travaux de recherche s'étendent sur un périmètre planétaire. En outre, ces technologies permettent d'effectuer des économies de distribution. Elles sont plus rapides et plus interactives. Elles autorisent enfin la conception **d'offres individualisées.**

La mise en réseau permet à tous les établissements éducatifs de devenir prestataires d'une offre de formation à distance. **Toutes les universités, par exemple, ont vocation à mettre le contenu de leur enseignement en ligne.** Comment éviter les redondances et les doublons ? Comment susciter une émulation tout en multipliant les synergies ? Quel rôle donner aux opérateurs spécialisés dans l'enseignement à distance ? La mission de réflexion sur la stratégie des universités en matière de nouvelles technologies, confiée au Président de l'Université de Compiègne⁴⁵, François Peccoud, par la Conférence des présidents d'Universités, devrait permettre de dégager rapidement des stratégies coordonnées de développement.

Structurer l'offre française et francophone

Pour l'heure, dans ce paysage, l'offre de formation française manque de visibilité et d'agressivité alors que celle des universités anglo-saxonnes est devenue plus attractive. Notre système éducatif garde une bonne réputation pour ce qui concerne les cycles primaires et secondaires mais on constate que beaucoup d'étudiants formés dans les écoles françaises, dans des pays francophones ou non, se détournent des universités francophones pour se diriger vers les universités américaines. C'est sans doute que **les diplômes français n'ont pas acquis une reconnaissance internationale suffisante** pour attirer les étudiants en quête de débouchés professionnels. Pour leur part, les universités anglo-saxonnes mettent en œuvre de véritables politiques de marketing, dont l'objectif déclaré est de **retenir " les meilleurs "**, grâce à des procédures judicieuses d'allocation de bourses.

Une position qui s'effrite

En outre, la France et la francophonie sont nettement sous-représentées dans l'espace éducatif qui s'ouvre sur les réseaux mondiaux comme l'internet. **Toute personne désirant se former en utilisant le réseau internet est presque automatiquement orientée vers des offres anglo-saxonnes.** Ce phénomène risque de s'amplifier si des mesures ne sont pas prises pour inverser cette tendance.

Recherche sur l'internet d'offres d'enseignement à distance :

En nous livrant, sans aucune prétention méthodologique, à des recherches d'offres d'enseignement à distance sur l'internet en

⁴⁵ <http://www.utc.fr/evenements/news/Mutandis.html>

anglais et en français, sur plusieurs moteurs de recherche différents, nous avons constaté que, quels que soient les mots-clés et quel que soit le moteur de recherche utilisé, le nombre de réponses est plus important lorsque le mot-clé est en anglais, ce qui n'est pas vraiment une surprise.

En étudiant plus avant ces données, on observe que l'on obtient six fois plus de réponses sur l'enseignement de l'anglais que sur l'enseignement du français lorsque la recherche est effectuée en anglais, mais que le nombre de réponses pour l'enseignement du français est plus important que pour celui de l'espagnol et de l'allemand.

Lorsque la recherche est faite en français, la proportion est de 17 pour 4, soit quatre fois plus, entre le nombre de sites sur la langue anglaise et celui sur la langue française. De même, pour l'apprentissage à distance des mathématiques, il est quasi-inopérant de faire sa recherche en français (une réponse sur Alta Vista), alors qu'une recherche rapide en anglais est particulièrement productive (233 réponses). **Enfin, aucun opérateur français - ni public, ni privé - n'apparaît dans les premières réponses quand la question est posée en anglais, même pour l'apprentissage du français.**

Nous avons aussi des atouts

Notre système éducatif a une bonne crédibilité auprès des étudiants étrangers. Nos formations et nos diplômes sont réputés de bonne qualité et **financièrement accessibles**⁴⁶ au plus grand nombre alors que les formations anglo-saxonnes pratiquent des coûts sélectifs. Par exemple, une licence de mathématiques (quatre unités de valeur) coûtera environ 1800 francs à un étudiant inscrit à la FIED⁴⁷ (Fédération interuniversitaire d'enseignement à distance) alors que l'Open University facture environ 5000 francs chaque niveau d'enseignement.

⁴⁶ Cet argument du prix peut aussi se retourner contre nous. Une offre peu chère, voire gratuite, étant réputée de plus mauvaise qualité. Cf. infra la politique du ministère des affaires étrangères d'un affichage systématique des coûts de formation.

⁴⁷ <http://telesup.univ-mrs.fr/>

a) **Structurer et rendre bien visible l'offre française et francophone**

Il s'agit d'une part de structurer et de promouvoir l'offre de formation en France, d'autre part d'engager la mise en œuvre d'une grande " université virtuelle"⁴⁸ " française

(1) Mettre en synergie l'offre des opérateurs de formation à distance

Pour **promouvoir l'offre d'enseignement à distance** française, nous devons, dans le même temps, faire la promotion de l'offre de formation française, en France, dans de vraies universités, devant des professeurs en chair et en os. Certes, le recours aux nouvelles technologies dans l'éducation et la formation peut repositionner favorablement notre dispositif d'enseignement, mais ce serait inopérant si nous n'accueillons pas ou si nous accueillons mal les étudiants étrangers dans notre pays.

Saluons à cet égard la création du Groupement d'intérêt Public (GIP) "**Édufrance**"⁴⁹, agence dédiée à la promotion de l'offre française de formation supérieure à l'initiative conjointe des ministères des affaires étrangères et de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie. Cette structure est une réponse pertinente et adaptée pour aborder les marché international de la formation. Elle aura recours aux technologies de l'information et de la communication et sa présence dans les salons et les forums internationaux sera déterminante pour promouvoir la politique d'accueil en France des étudiants étrangers.

La mise en ligne récente du site internet du CIES⁵⁰ (Centre international des étudiants et stagiaires), soutenu par le ministère des affaires étrangères est également une initiative particulièrement intéressante. Ce site présente le savoir faire français en matière de formation.

Il convient maintenant de **décloisonner la formation initiale et la formation continue** car l'idée **d'apprentissage tout au long de la vie** prendra toujours plus d'importance, notamment sur les réseaux.

⁴⁸ Il faudrait sans doute mieux dire " université en ligne " ou " université numérique ". Bien qu'impropre, nous utiliserons le terme " virtuelle " qui tend à s'implanter et qui a été choisi également par l'Agence universitaire de la francophonie. Souhaitons cependant que cette université " virtuelle " ne reste pas dans la " virtualité ".

⁴⁹ <http://www.edufrance.org/index-edu.html>

⁵⁰ <http://www.cies.fr>

De même, **créer**, dans certains cas, **des formations spécifiques**, correspondant à la demande de groupes d'étrangers serait particulièrement opportun. Ainsi un " MBA " ⁵¹ - Europe Asie " a été mis en place avec le soutien de plusieurs établissements réunis en consortium (HEC ⁵², ESCP ⁵³, École européenne des affaires ⁵⁴, Université Paris IX Dauphine ⁵⁵) afin de répondre aux attentes des étudiants originaires des pays d'Asie. Il est souhaitable de généraliser ce type de démarche.

Toutefois, la promotion de l'offre française de formation à distance en direction des étudiants résidant à l'étranger, doit également faire l'objet d'une attention particulière.

De l'opacité à une stratégie coordonnée

La France n'apparaît pas clairement et lisiblement comme un opérateur mondial de formation à distance. La dispersion actuelle des opérateurs pénalise le rayonnement de la France et de la francophonie. Trop d'organismes publics de formation agissent de façon isolée sans réelle coordination, voire parfois en doublon avec d'autres prestataires.

Il faut établir des synergies entre tous les acteurs français et francophones de l'éducation et de la formation à distance et mettre en oeuvre une stratégie tournée vers l'international, centrée sur les contenus, et attentive aux réseaux éducatifs français à l'étranger. Le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie a fait des efforts importants pour introduire les nouvelles technologies de l'information dans le système scolaire français, **il s'agit maintenant de mettre l'accent sur l'ouverture internationale que permettent les nouveaux réseaux.**

À cette fin, il est souhaitable d'organiser rapidement des " **États généraux de la formation à distance** " (éducation initiale, formation continue et supérieure) réunissant le CNED ⁵⁶, le CNAM ⁵⁷, la FIED ⁵⁸, le RUCA ⁵⁹, l'Agence de la francophonie ⁶⁰, l'AUPELF-

⁵¹ MBA : Master of business administration

⁵² <http://www.hec.fr/>

⁵³ http://www.escp.fr/programmes/masteres/masteres_homepage_frames.html

⁵⁴ <http://www.cge.asso.fr/ECOLE12.html>

⁵⁵ <http://www.dauphine.fr/>

⁵⁶ <http://www.cned.fr/>

⁵⁷ <http://www.cnam.fr/>

⁵⁸ <http://telesup.univ-mrs.fr/>

⁵⁹ <http://www.univ-lille1.fr/lemm/ruca/>

⁶⁰ <http://www.francophonie.org>

UREF⁶¹, l'offre privée d'enseignement à distance et notamment le CIFFAD⁶², l'ensemble des Universités ainsi que l'offre privée de formation professionnelle à distance (CEGOS, AFPA, CESI, etc.). Le pilotage de cette manifestation devrait être confié au ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, en collaboration avec le secrétariat d'État à la formation professionnelle.

Organiser des “ États généraux de l'enseignement à distance ”

Ces États-généraux devraient avoir pour objectif principal d'étudier les possibilités d'une meilleure coordination de l'offre française et francophone et déboucher, à terme, sur la redéfinition du rôle de chaque opérateur au sein d'un consortium ou d'un groupe commun.

(2) Créer l'université virtuelle française : la Sorbonne internationale

Au delà des seuls opérateurs spécialisés, l'offre de formation à distance se développe de façon assez désordonnée dans les institutions universitaires.

De nombreuses initiatives voient le jour. Par exemple, l'École supérieure de commerce de Pau propose un MBA (Master of business administration) préparé entièrement par l'internet, en collaboration avec “ Virtual Online University ”, opérateur américain (Il faut noter le tarif élevé de cette formation : 84.000 francs pour 18 mois). Le projet “ Mutandis ” porté par trois universités technologiques (Compiègne, Troyes et Belfort) propose d'allier l'utilisation d'un système de vidéo interactif pour la formation à distance avec des travaux pratiques en atelier. Pour sa part, le CNAM propose des dispositifs de formations à distance très élaborés, comme “ TéléSITE ” et “ TéléSITE+ ”. L'Université Paris III Sorbonne Nouvelle a réalisé une salle de visio-enseignement...

Quant au CNED, il semble hésiter entre une stratégie d'opérateur et une stratégie de prestataire pour les autres universités. Il a créé un “ **Campus électronique** ” qui propose des formations complètes par l'internet et qui veut préfigurer ce que sera une formation en ligne, assortie d'un tutorat électronique individualisé.

⁶¹ <http://www.aupelf-uref.org>

⁶² CIFFAD : Consortium international francophone de formation à distance

Les principaux opérateurs publics français

ORGANISMES	STATUT et FONCTION	DÉVELOPPEME NT	ACTIVITÉS EN LIGNE
CNED Centre national d'enseignement à distance	Établissement public sous tutelle du MENRT, non habilité à délivrer des diplômes universitaires. Dispense des formations à distance de la scolarité obligatoire à l'enseignement supérieur ainsi que pour la formation professionnelle continue.	-400 000 inscrits, dont environ 30 000 à l'étranger, (soit 7,5%) - figure parmi les 12 premiers organismes mondiaux d'enseignement à distance - Budget 1997 : 654 MF	"Campus électronique" : services pédagogiques en ligne
CNAM Conservatoire national des arts et métiers	Établissement d'enseignement supérieur profession- nel habilité à délivrer des diplômes d'état. Dispense des formations destinées aux adultes déjà engagés dans la vie professionnelle, quel que soit leur secteur d'activité	- environ 80 000 auditeurs par an, dont environ 3000 par enseignement à distance - 55 centres régionaux associés - délivre environ 7000 diplômes d'état par an, dont 1000 d'ingénieurs.	"Télésite+" du CTEIP, Centre de télé- enseignement et d'innovations pédagogiques de Nantes.

FIED Fédération interuniversitaire d'enseignement à distance	Association loi 1901 créée en 1987. Fédère les universités qui disposent d'un centre de télé-enseignement dans le but d'assurer une présence française au plan européen.	<ul style="list-style-type: none"> - réseau de 27 universités, disposant d'un centre d'enseignement à distance - environ 36 000 étudiants concernés - environ 200 000 cassettes de cours de langues distribuées par an 	<ul style="list-style-type: none"> - Audiosup-net : encyclopédie sonore sur internet - Serveur Télésup : informations sur l'enseignement à distance - "Euro-study-centres", modules à distance européens
RUCA Réseau universitaire des Centres d'autoformation	Structure de coordination interuniversitaire Mutualise les compétences universitaires centrées sur les pratiques d'autoformation	<ul style="list-style-type: none"> - réseau de 20 centres d'autoformation 	<ul style="list-style-type: none"> - Projet "Premier cycle sur mesure" : Enseignement sur mesure et modulaire en premiers cycles scientifiques.

Les spécialistes sont unanimes pour constater que **la frontière entre les universités traditionnelles et les organismes d'enseignement à distance tend à s'estomper sous l'effet des nouvelles technologies de l'information et de la communication**. Or, la plupart des universités françaises sont présentes sur l'internet mais, en général, leurs sites manquent de visibilité internationale.

Il conviendrait donc, comme le suggère Jacques Attali, de valoriser les “ marques françaises ” universellement connues, et, en tout premier lieu la marque “ **Sorbonne** ” dont la renommée est forte dans le monde entier. D'autres universités ont une réputation internationale : par exemple, celle d'Aix-en-Provence pour le droit, de Bordeaux pour les lettres ou encore de Toulouse pour l'aéronautique. Le CNED et le CNAM fournissent des services de qualité mais leur image de marque n'est pas comparable. En prenant appui sur la renommée de la Sorbonne ainsi que sur l'ingénierie du CNED, du CNAM, de la FIED (Fédération interuniversitaire d'enseignement à distance) et du RUCA (Réseau universitaire des centres d'autoformation) avec la collaboration de la BPS (Banque de programmes et de services de la Cinquième), il serait possible de rivaliser avec les grandes universités américaines et proposer des cursus complets de formations (initiale, continue et diplômante). Ce partenariat pourrait prendre la forme d'un GIP (groupement d'intérêt public).

Créer une grande “ Université française en ligne ” qui offre un service complet en ligne de formations initiales, continues ou diplômantes pour tous publics et tous niveaux et lui donner un nom bien visible : “ la Sorbonne internationale ”⁶³

(3) Et le multilatéral francophone ?

Une initiative française forte pour une université en réseau ne dispense pas d'une action dans le cadre multilatéral francophone et n'entre pas en concurrence avec elle.

La communauté éducative francophone est également caractérisée par une dispersion. Chaque acteur mène ses projets sans s'inscrire dans une cohérence d'ensemble et refuse souvent toute tentative de présentation coordonnée de l'offre. Il en résulte un émiettement du financement de la formation et de l'éducation.

⁶³ On pourra objecter que le nom “ Sorbonne ” appartient à une université. Nous pensons qu'il appartient à la nation toute entière.

Afin de remédier à cette situation, l'Agence universitaire de la francophonie, l'AUPELF-UREF se présente comme une " Tête de réseau " des universités francophones (350 établissements membres) et présente un projet **d'université virtuelle francophone**⁶⁴. Elle se fonde pour cela sur le mandat qui lui a été donné par les Sommets francophones et son réseau de 25 centres et de 400 points " SYFED " (Systèmes francophones d'édition et de diffusion) associés à l'initiative " REFER⁶⁵ " (Réseau électronique francophone) et répartis dans le monde entier.

Malheureusement, force est de constater que l'AUPELF-UREF a **des difficultés à faire accepter son projet par tous les acteurs**, peu enclins à se coordonner dans un contexte multilatéral souvent plus fondé sur la concurrence que sur la coopération. Ce qui devait être un projet fédérateur est en passe de devenir un champ de bataille. C'est une perte de temps et de moyens. L'enjeu est suffisamment important pour que s'impose, le plus vite possible, un arbitrage incontesté, sans attendre les résultats d'une évaluation à venir de l'AUPELF et de ses actions.

Demander à une personnalité de rendre un arbitrage sur les différends provoqués par le projet d'université virtuelle francophone

b) Être plus actifs

L'évolution du marché de la formation se caractérise également par l'apparition de nouveaux acteurs, notamment des entreprises des secteurs de l'informatique ou des télécommunications, qui trouvent

⁶⁴ L'Université virtuelle francophone (<http://www.aupelf-uref.org/UVF/>) : La Conférence des Ministres de l'enseignement supérieur et de la recherche des États ayant le français en partage (CONFEMER) s'est engagé dans sa déclaration d'Hanoi (2 octobre 1997) à " Développer les nouvelles technologies de l'information au service de l'enseignement supérieur du et en français et de l'enseignement à distance, conduisant à la mise en place progressive de l'Université virtuelle francophone ". Ce projet a été confié à l'AUPELF-UREF qui doit agir en relation avec les autres opérateurs concernés. Un premier appel à manifestation d'intérêt a donné lieu au dépôt de 304 projets provenant de 23 pays ; il faut noter que 161 projets sont français soit 53% et 34 projets portent sur "la mise à distance de contenus pédagogiques". L'Université virtuelle francophone pourrait incontestablement devenir un des moteurs du rayonnement éducatif de la Francophonie.

⁶⁵ <http://www.refer.org/accueil.htm/>

l'occasion de diversifier leurs activités, voire des acteurs tout à fait nouveaux. Nous devons favoriser en France l'émergence de nouveaux opérateurs. En outre, les modes d'enseignement évoluent et nous devons participer aux réflexions internationales sur ces sujets, notamment grâce aux échanges avec l'étranger.

(1) Favoriser l'émergence de nouveaux acteurs

À côté des grands prestataires, **des petites structures innovantes peuvent trouver leur place**. Pour favoriser cette émergence de nouveaux prestataires français, la loi du 12 juillet 1971 relative aux organismes privés d'enseignement à distance⁶⁶, n'est plus adaptée. Elle prévoit en effet pour ces établissements un régime déclaratif et un contrôle pédagogique ainsi que financier. Ces dispositions sont obsolètes puisque une offre de formation peut être proposée par tout étranger au delà des frontières et l'on voit mal comment pourrait s'exercer de tels contrôles sur un organisme installé, par exemple, en Australie.

La dimension désormais planétaire de la formation à distance exige que **les organismes français ne soient pas pénalisés**. Il faut revoir le cadre juridique en favorisant l'innovation et la recherche françaises. Le système du label, qui pourrait être délivré par le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, tout en s'inscrivant dans des processus de certification internationaux, par exemple les normes de qualité " ISO 9000 ", peut constituer une garantie de qualité pour l'utilisateur.

Actualiser la loi du 12 juillet 1971 relative aux organismes privés d'enseignement à distance de façon à favoriser l'éclosion de petits organismes de formation à distance en ligne. Créer à cette occasion un label " éducation nationale française "

(2) Renforcer notre présence dans les organismes internationaux

La société de l'information suscite de nombreuses réflexions théoriques et pratiques dans le domaine de la pédagogie et des sciences de l'éducation. Il est essentiel que les spécialistes français de ces questions soient bien présents dans les instances internationales multilatérales qui en débattent. De nombreuses initiatives prises par l'Union européenne ou par l'UNESCO peuvent

⁶⁶ <http://www.admi.net/jo/loi71-575.html>

constituer un levier pour le rayonnement de la France et de la Francophonie.

Au plan européen, citons les actions menées dans le cadre du plan “ Apprendre dans la société de l'information ” mis en œuvre par la Commission européenne (DG 22), la toute nouvelle Fondation européenne pour le multimédia et l'audiovisuel éducatifs (FAME), qui permettra de favoriser la création de contenus pédagogiques. Il convient également de s'assurer que la France est bien représentée dans tous les réseaux de formation à distance en ligne tels que, par exemple “ Euro Study Center ”, réseau de programmes universitaires accessibles en ligne, ou encore “ l'European Schoolnet ”...

Pour sa part, **le Conseil de l'Europe**⁶⁷ reste un organisme de réflexion de tout premier plan et son Programme intergouvernemental d'activités a mis l'accent sur “ l'Apprentissage des langues et citoyenneté européenne ” (1977) et sur les questions de politiques linguistiques (1998).

Jean Piaget⁶⁸ est certainement le pédagogue francophone le plus connu à travers le monde. Le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie et le ministère des affaires étrangères pourraient lancer une “ **initiative Piaget** ”, afin de favoriser la recherche pédagogique liée aux technologies de l'information.

Renforcer la présence de la France dans les programmes de l'Union européenne et de l'UNESCO. Inciter fortement les acteurs publics et privés français à s'impliquer dans les actions portant sur la formation en ligne

Lancer une “ initiative Piaget ” pour favoriser la recherche pédagogique dans la société de l'information

(3) Mettre en réseau l'enseignement du français et en français à l'étranger

⁶⁷ <http://www.coe.fr/index.asp>

⁶⁸ <http://www.unige.ch/piaget/>

Selon une étude du Haut Conseil de la Francophonie, il y avait en 1994, plus de **50 millions de personnes, en dehors de la France, qui apprenaient le français ou étudiaient en français**. Ce réseau est vital pour le rayonnement de la francophonie. Il repose essentiellement sur les professeurs de français à l'étranger, les établissements français, écoles, centres culturels et alliances françaises, ainsi que les établissements étrangers bilingues. Une forte demande d'information et de formation émane des professeurs de français à l'étranger, expatriés ou recrutés localement, pour qui l'internet peut être une solution efficace et peu onéreuse.

En effet, le coût du réseau d'enseignement français à l'étranger n'est pas négligeable. La subvention du ministère des affaires étrangères pour l'AEFE⁶⁹ (Agence pour l'enseignement du français à l'étranger) est de l'ordre de 1,5 milliard de francs, 5.600 enseignants étant rémunérés par cet organisme (dont 1.900 expatriés), dans plus de 200 établissements accueillant 157.000 élèves, dont 18.000 bénéficiaires de bourses d'études.

Il est essentiel pour l'influence extérieure de notre pays d'entretenir un réseau culturel dense dont une des premières tâches doit être l'enseignement du français. **La France a mis depuis longtemps l'enseignement et la promotion du français au cœur de sa politique étrangère**. On a vu, dès le début du siècle⁷⁰, l'État laïc s'allier aux missions religieuses pour enseigner à travers le monde l'accord du participe passé et l'amour des " Belles-Lettres ".

Quelle politique pour l'enseignement du français dans le monde ?

Nous n'irons pas ici sur le terrain du débat philosophique " langue-culture ". Peut-on faire connaître sa culture indépendamment de sa langue ? Est-ce possible pour la France en raison des relations étroites entretenues de tout temps entre culture française et langue française ? Restons pragmatique. **Si la politique pour le français doit servir la présence internationale de la France, il faut veiller à ce qu'elle atteigne bien les résultats attendus**. N'oublions pas que cette politique a " embarqué " dans le français un grand nombre de personnes à travers le monde, dans les pays francophones comme dans les pays non francophones⁷¹ et qu'elle a suscité de la

⁶⁹ <http://www.aefe.diplomatie.fr/aefe/Texte.nsf>

⁷⁰ L'Alliance française a été fondée en 1883
(<http://www.alliancefrancaise.fr/rep1/accueil.html>)

⁷¹ N'oublions pas également que le recul du français à l'échelle mondiale est un phénomène assez récent. Comme nous l'a dit très justement Pierre Guidoni au cours de son audition, " le recul du français a commencé par la perte " linguistique " du Proche Orient dans les années 60, en Égypte et en Syrie

part de nos partenaires des investissements importants. Elle a créé des attentes et nous a donné des devoirs.

Veillons à ce que notre politique linguistique extérieure, si on ne lui donne que les moyens et la stratégie de la velléité, n'ait pas pour principale conséquence la création de "déchus" du français et de la France.

Aujourd'hui, l'internet peut constituer un effet de levier indéniable, notamment pour les professeurs isolés. Le soutien en équipement et en connexion internet des associations locales, voire des professeurs, serait sans doute une mesure pertinente. Elle pourrait être conditionnée par l'élaboration d'un projet pédagogique innovant, comme, par exemple l'animation "**Le Goncourt des lycéens**"⁷². (auquel participe le lycée français de Bucarest).

Mettre en réseau les professeurs de français et en français

Les professeurs de français sont des acteurs essentiels de la présence internationale de la France. Ils sont en outre partie prenante dans le maintien du français dans un pays car c'est aussi leur métier qui est en jeu. Il convient de les traiter de façon tout à fait privilégiée.

Pour un professeur de français du bout du monde, l'internet représente tout ce dont il a toujours rêvé : la possibilité de **communiquer en français avec des Français** de tous milieux et de toutes compétences et la possibilité **d'accéder facilement à des ressources documentaires authentiques** qu'il peut utiliser pour construire ses cours.

Il convient avant tout de mener les actions nécessaires : aides financières, connexions au sein des écoles, des instituts français et des Alliances françaises, des départements de français des universités ; pour que le plus vite possible, **tous les professeurs de français à travers le monde disposent d'une adresse électronique**. Un système équivalent à celui mis en place par des prestataires comme "lemel", "hotmail" ou le pionnier français "caramail", qui permettent, à partir du Web, de disposer d'adresses électroniques personnalisées pour un nombre illimité d'utilisateurs, pourrait utilement être mis en œuvre.

notamment, puis c'est l'Amérique latine dans les années 70, lorsque s'établissent les dictatures militaires et enfin les pays de l'Europe du Sud, l'Espagne, l'Italie, le Portugal, basculent vers l'anglais dans les années 80. "

⁷² <http://www.magazine-litteraire.com/textes/goncourt.htm>

Connecter les professeurs de français : proposer à chacun une adresse électronique

En outre, plusieurs organismes publics développent des sites Web consacrés au français langue étrangère. Il serait souhaitable d'imaginer un **“ portail ” du français langue étrangère**. Ce site de référence pourrait être mis en œuvre par “le Français dans le monde”⁷³, revue qui assure depuis de nombreuses années le lien entre les professeurs de français du monde entier et qui continuerait ainsi d'accomplir la mission qui lui a été confiée par le ministère des affaires étrangères⁷⁴. Une collaboration avec le Centre international d'études pédagogiques de Sèvres⁷⁵, avec la FIPF⁷⁶, TV5⁷⁷ et RFI⁷⁸, serait également à rechercher.

Concevoir et construire le site “ portail ” des professeurs de français

Ce site pourrait en outre proposer de la formation continue à distance. En cela, **l'initiative du ministère des affaires étrangères de mettre en ligne, pour les professeurs de français une formation diplômante de type “ DESS ”** est une très bonne initiative qu'il convient d'encourager.

(4) Relancer le projet “ Tel-lingua ” sur l'apprentissage des langues

En 1995, au Sommet du G7 pour la société de l'information, à Bruxelles, la France et l'Allemagne ont été chargées conjointement de mener à bien **un projet pilote pour l'apprentissage des langues par les technologies de l'information**. Un prototype a vu le jour en 1996 avec le soutien financier de la Commission européenne : le projet “ Tel-lingua ”.

⁷³ <http://www.fdm.hachette-livre.fr>

⁷⁴ le titre “ le Français dans le monde ” distribué par Hachette, appartient au ministère des affaires étrangères.

⁷⁵ <http://www.ciep.fr>

⁷⁶ <http://www.france.diplomatie.fr/frmonde/languef/introfip.html>

⁷⁷ <http://www.tv5.org/>

⁷⁸ <http://www.rfi.fr/>

Malheureusement, ce projet, qui a connu certaines difficultés, est aujourd'hui entièrement abandonné. Il est souhaitable de le reprendre le plus rapidement possible.

Relancer un projet européen pour l'apprentissage des langues par les technologies de l'information

(5) Développer les échanges scolaires avec l'étranger

L'internet permet une autre ouverture sur le monde. Le **“ village global ”** a également son **“ école du village global ”**. La possibilité d'échanger entre classes à tous endroits de la planète est certainement un des apports les plus immédiatement novateurs de l'internet. Les **“ jumelages électroniques ”** peuvent être très efficaces pour accompagner l'apprentissage d'une langue étrangère. On peut citer par exemple le site franco-canadien **“ Cyberpresse⁷⁹ ”** ou un autre exemple maintenant célèbre : **“ Les réseaux buissonniers⁸⁰ ”** mis en œuvre sur un territoire rural de moyenne montagne : le Vercors, qui vise à rompre l'isolement des enseignants et à améliorer la maîtrise de la langue écrite des élèves. Entre autres applications, les élèves échangent des messages avec une école du Québec.

Inciter les enseignants à développer des “ jumelages électroniques ”, qui ne doivent pas se limiter aux écoles francophones. Ils peuvent, en effet, s'avérer être de bons supports pour l'apprentissage d'une langue étrangère

3. Favoriser la diffusion de notre droit

J'entends privilégier une conception ambitieuse du droit à l'information du citoyen : la diffusion internationale de nos documents publics doit, à cet effet, être favorisée.

Le Premier ministre Lionel Jospin, Hourtin, 25 août 1997

⁷⁹ <http://CyberPresse.CyberScol.qc.ca/>

⁸⁰ <http://www.ac-grenoble.fr/vercors/>

La France doit trouver dans la diffusion de son droit sur l'internet un moyen de renforcer sa présence internationale et son influence. En effet, la notoriété de nos facultés et de certains de nos spécialistes donne à notre pays une réputation juridique.

La France a également beaucoup exporté son droit, en premier lieu vers ses anciennes colonies, mais on connaît également le rayonnement international qu'a connu notre code civil. De la même façon qu'elle s'est inspiré de juristes de tout horizons, **la France a formé de nombreux juristes étrangers** souvent fervents amoureux de notre langue. **À l'heure de l'élargissement de l'Union européenne, le droit français peut également constituer une source d'inspiration pour les futurs États membres.** En outre, une des premières ambitions de la francophonie, est ne l'oublions pas, de constituer un espace de liberté et un terrain d'expression de la démocratie. Cette volonté anime ainsi plusieurs actions de l'Agence de la francophonie. Les francophones entendent aussi jouer un rôle important dans la promotion et la défense des droits de l'homme dans le monde. En outre, la mise en ligne de notre droit positif est une **démarche citoyenne** dans la mesure où tout mode d'accès supplémentaire au droit est bénéfique pour la société.

Il est essentiel, pour toutes ces raisons, de diffuser très largement notre droit, notamment sur l'internet.

“ S’il existe une notion qui a fait des progrès dans le monde d’aujourd’hui, c’est la notion de droit. On ne soulignera jamais assez combien le droit a été l’élément constitutif essentiel sur le plan de la gestion européenne. Or, le droit, c’est la protection de chaque citoyen. Le droit permet de pacifier les rapports entre individus et les rapports entre nations.

Jacques Delors, intervention à l'occasion du cinquantième anniversaire de la Commission française pour l'UNESCO.

Le Web convient particulièrement bien au droit parce que la navigation hypertexte permet d'accéder facilement et directement aux textes, aux notes et éventuellement à la doctrine. Enfin, il peut être mis à jour en temps réel, ce qui est essentiel pour la jurisprudence. Aujourd'hui un étudiant en droit doit racheter un code civil chaque année.

La France bénéficie d'une bonne expérience en matière de diffusion télématique du droit grâce au Minitel. Malheureusement, d'une part **le Minitel ne permet pas un accès facile de l'étranger**, d'autre

part, les services proposés sont mis en oeuvre par des opérateurs privés jouissant de concessions de services public.

Aller plus loin

Des progrès importants ont été réalisés grâce à la mise en place, depuis février 1998, du site Légifrance⁸¹, qui, outre le Journal officiel, donne accès aux principaux codes, notamment le code civil, le code pénal, le code de la propriété intellectuelle et le code du travail. En outre, de nombreuses personnes ou entreprises privées ainsi que des facultés de droit proposent des informations juridiques de plus en plus complètes.

Cependant, **nous pouvons et nous devons mieux faire en prolongeant et en approfondissant ce mouvement**. Par exemple, les codes mis en ligne par Légifrance ne sont consultables que par article, ou à partir de la table des matières, sans possibilité d'établir des liens hypertextes avec les références. On peut aussi regretter l'absence de renvois jurisprudentiels et doctrinaux comme le font traditionnellement les codes en version papier. Ces derniers constituent en effet pour les juristes, aussi bien professionnels qu'enseignants ou étudiants, une formidable source de références. L'importance de **la mise en ligne de la jurisprudence** ne doit pas être sous estimée : elle reflète le sens donné à la loi et l'application concrète que les juges en font. La diffusion de ces données est également susceptible d'avoir un impact sur les relations économiques et commerciales de notre pays. **La doctrine** est également importante et intéresse les juristes du monde entier.

Accroître et compléter la mise à disposition du droit français sur l'internet

Introduire dans les codes en ligne des références jurisprudentielles et doctrinales, diffuser plus largement la jurisprudence des diverses juridictions

Certains sites⁸², comme celui de la Gazette du Palais⁸³ ou encore celui de Jérôme Rabenou⁸⁴, diffusent d'ores et déjà la doctrine ainsi

⁸¹ <http://www.legifrance.gouv.fr>

⁸² http://www.adminet.com/index_fr.html (qui bénéficie d'un moteur de recherche en langage naturel)

⁸³ <http://www.gpdoc.com/>

que des informations juridiques. Comme le rappelle M. Rabenou en guise d'avertissement : “ ces données ne peuvent faire l'objet d'une quelconque garantie ou certification quand à leur validité, effectivité et applicabilité ”. En effet, seules les informations juridiques provenant d'une source officielle font foi en la matière⁸⁵.

L'État, devrait pouvoir mettre en œuvre des procédures de validation des sites juridiques, pour ceux qui le souhaitent, et donner ainsi aux usagers **de meilleures garanties**.

Mettre en œuvre des procédures de validation des sites juridiques sur l'internet

En ce qui concerne la diffusion de données publiques à caractère juridique, **il est juste de signaler les heureuses initiatives prises par les administrations et les deux Assemblées⁸⁶ ou le Conseil constitutionnel⁸⁷**. On peut se réjouir ainsi de la mise en ligne des travaux préparatoires à l'exercice législatif tels que rapports et communications. Il s'agit dès lors de poursuivre dans cette voie, qui est finalement celle de la transparence et de l'accessibilité de notre vie politique nationale non seulement de France mais aussi de l'étranger. Sur ce point précis, adopter une démarche plurilingue serait opportun **tout en rappelant que seule la version française fait foi**.

Promouvoir une diffusion de l'information juridique dans plusieurs langues

⁸⁴ <http://www.rabenou.org>

⁸⁵ Il s'agit donc de données qui émanent du Journal Officiel et dont la société OR-Télématique assure la diffusion sous forme électronique dans le cadre d'une concession de service public.

⁸⁶ <http://www.assemblee-nationale.fr> * <http://www.senat.fr>

⁸⁷ <http://www.conseil-constitutionnel.fr/>

4. Diffuser la recherche scientifique

La France dispose d'un réseau de recherche dense et performant : le Centre national de la recherche scientifique (CNRS⁸⁸) compte à lui seul 11.600 chercheurs et 1500 unités de recherche. Les réformes engagées par le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie vont permettre de le renforcer, de lui fixer des priorités et de le moderniser. Nous pouvons, à cet égard, nous réjouir de la volonté de son ministre, Claude Allègre, de **multiplier par deux l'impact total des publications françaises dans la littérature scientifique internationale** et de **multiplier par trois le nombre de brevets internationaux** déposés par les chercheurs français.

De la même façon, la volonté du Ministre de **généraliser les partenariats étrangers dans la recherche française** et de mettre en place un régime d'accès spécifique plus favorable pour les scientifiques étrangers se rendant en France, ne pourra qu'avoir un impact extrêmement positif sur la présence internationale de notre pays.

Le secteur de la santé et plus particulièrement celui de **la médecine**, où notre pays garde un fort rayonnement international pourrait faire l'objet d'une priorité.

La recherche est un élément essentiel de la présence internationale de la France

Le nombre des articles scientifiques publiés par les chercheurs français est en constante progression : 10.963⁸⁹ thèses françaises ont été soutenues en 1996, dont la moitié en sciences et techniques. Cependant, rapportée au niveau mondial, **la France pourrait faire mieux**. En 1997, selon les chiffres de l'Observatoire des Sciences et techniques⁹⁰, 5,1% seulement des articles mondiaux ont été publiés par les chercheurs français (contre 4,2% il est vrai en 1982). La France se place après les États-Unis, la Grande Bretagne, le Japon et l'Allemagne.

Pendant trois siècles, la France a été à la pointe de la recherche. **La science française**, aux côtés de la puissance militaire et politique,

⁸⁸ <http://www.cnrs.fr>

⁸⁹ Source : ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie

⁹⁰ <http://www.finances.gouv.fr/innovation/guillaume/hgannexe1.htm>

contribuait alors à assurer la prééminence et la diffusion de la langue⁹¹. Ce n'est plus le cas, tant pour la recherche fondamentale que pour la recherche appliquée.

L'internet, outil privilégié de communication et de diffusion d'informations pour les chercheurs, nous montre de façon très claire l'écart qui s'est creusé au fil du temps. Le nombre des revues électroniques sur l'internet, toutes disciplines confondues, croît régulièrement. Il a presque doublé en 1997, passant de 1688 à 3034⁹² mais, dans leur immense majorité, **ces revues sont américaines et en langue anglaise.** En outre, les banques de données bibliographiques américaines et anglaises provenant d'institutions comme la NASA, l'université de Harvard, l'American National Science Foundation ou l'Astronomical Society n'ont pas de rivales.

Le nombre et la qualité de ces bases de données font que, depuis maintenant plusieurs années, **la production d'informations scientifiques et techniques par les chercheurs français se fait presque exclusivement en anglais.** Il faut constater dans ce domaine **l'échec relatif des politiques publiques menées depuis près de trente ans pour garder au français un statut fort de langue scientifique et de recherche.** On peut s'en accommoder ou le regretter. Il faut néanmoins nous assurer que, dans ce contexte là, la recherche française continue de trouver ses modes de diffusion.

Il convient donc, d'une part, de **mieux diffuser la recherche française, y compris en utilisant l'anglais et d'autres langues,** et d'autre part, de mener une action très volontaire pour **la création de revues électroniques scientifiques en français, bilingues ou multilingues.**

a) Miser sur les revues électroniques en français et multilingues

La situation linguistique des revues scientifiques n'est pas aussi uniforme qu'on pourrait le penser. Ce sont surtout les revues scientifiques dites "primaires", qui présentent les résultats de la recherche, qui sont rédigées en anglais. Beaucoup de **revues de synthèse**, qui diffusent principalement les meilleures avancées de la science et permettent aux professionnels de confronter leurs concepts et leurs analyses critiques demeurent en français. Ce sont également des revues de communication, en français, qui répondent

⁹¹ Le Vietnam a débaptisé à Hanoi tous les noms de rue sauf trois: celles qui portent le nom de Pasteur, Yersen et Calmette.

⁹² source : " Directory of electronic Journals "

aux besoins pédagogiques, aux nécessités de l'information scientifique et aux attentes des Français et des francophones.

En outre, à côté de ces revues, il existe des lettres d'information, des bulletins et des rapports de laboratoires sur l'internet. Ces sources d'information ne forment pas un paysage cohérent. **L'image de la recherche française dans le monde dépend également de l'impression de densité, de qualité et de dynamisme qu'elle peut donner. L'internet et les services en ligne peuvent concourir de façon forte à la diffusion de la science et de la recherche françaises grâce à la création volontariste de revues électroniques en ligne.**

Sans préjuger des conclusions de la mission sur le livre électronique qui a été confiée à M. Alain Cordier⁹³, Président du Directoire de Bayard-Presses, on peut penser que l'État pourrait susciter la création d'une “ **maison d'édition** ” de **revues scientifiques électroniques**, sous la forme d'une société d'économie mixte. La synergie entre acteurs privés et publics dans ce domaine doit être privilégiée.

Créer une maison d'édition de revues scientifiques électroniques sous la forme d'une société d'économie mixte

Cette initiative pourrait être prise en partenariat avec les professionnels du secteur, par le ministère de la culture et de la communication et le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie. En outre, ces deux ministères pourraient s'associer au ministère des affaires étrangères pour négocier les droits de diffusion de certaines revues scientifiques françaises afin de pouvoir les mettre à disposition sur l'internet. Ces deux opérations devraient bien sûr être coordonnées.

⁹³ <http://www.culture.fr/culture/actual/conferen/inst-cordier.htm>

Négocier les droits de diffusion numérique d'un certain nombre de revues scientifiques françaises et les rendre disponibles sur l'internet

b) Donner un meilleur accès aux résultats de la recherche

En France, les bases de données indispensables aux professionnels qui contribuent au développement de la recherche, tout en étant accessibles au plus grand nombre, sont peu nombreuses. Il est nécessaire de faciliter l'accès à ces bases de données, notamment en généralisant les interfaces plurilingues.

Favoriser les systèmes d'accès plurilingues :

Depuis plusieurs années, les services de documentation du Centre de l'énergie atomique de Saclay⁹⁴ mène, sous la direction de Christian Fluhr, des recherches très intéressantes sur **l'accès multilingue aux bases de données**. Prenant acte que les bases de données documentaires dont elles disposent étaient au moins bilingues, les équipes de Saclay ont souhaité rendre possible l'interrogation de la totalité de la base à partir **d'une seule requête dans une seule langue et en langage " naturel "**.

C'est ce type de démarche qu'il faut privilégier. Un spécialiste d'un domaine peut tirer profit d'articles rédigés dans une langue qu'il maîtrise imparfaitement. Encore faut-il qu'il puisse les trouver aisément.

Généraliser les accès multilingues aux bases de données scientifiques, y compris celles des thèses et des mémoires, et en faire un axe prioritaire des grands diffuseurs publics de la recherche française (INIST, INSERM, etc.)

Une telle politique pourrait être coordonnée par la structure spécifique proposée plus loin pour **le traitement informatique du langage**.

⁹⁴ <http://www-dist cea.fr/ext/info/rechn2.htm>

c) **Mettre en réseau la recherche francophone**

Existe-t-il vraiment aujourd'hui une solidarité entre chercheurs francophones⁹⁵ ? Est-il pertinent de poser d'emblée la nécessité de cette solidarité alors que **les facteurs de regroupement ou d'opposition passent d'abord par des critères scientifiques, puis par des critères nationaux ou multilatéraux, notamment pour les financements**. Les subsides disponibles auprès des organismes francophones ne peuvent espérer concurrencer les efforts consentis par l'Europe ou les États-Unis dans leur mise en réseau des chercheurs.

Une politique de liens

Il est possible, cependant, de mener quelques actions simples et peu coûteuses. Chaque unité de recherche, chaque organisme scientifique, peut créer son propre site. Pour ce faire, il va rechercher sur le Web les liens pertinents avec le thème et les sujets annexes et connexes qui sont les siens. La prépondérance des travaux de recherche anglo-saxons vont, de façon naturelle, privilégier les liens avec des sites étrangers presque tous anglophones.

Pour soutenir l'image de la science française, de sa diversité, de son actualité et valoriser ainsi les travaux publiés, il conviendrait d'organiser l'établissement de liens systématiques entre les sites scientifiques francophones. Cela permettrait en outre d'atténuer l'impression d'isolement, de rareté et de pauvreté de la recherche publiée en français tout en incitant les chercheurs ou les savants francophones isolés dans plusieurs pays à publier en français.

La mise en réseau des sites scientifiques francophones doit être une priorité réaffirmée de l'Agence universitaire de la francophonie

Une telle action permettrait en outre de fournir **une cartographie sur l'internet des compétences et des moyens** et constituerait un outil de base pour le grand public et pour les chercheurs étrangers. Ce site scientifique pourrait également rassembler toutes les informations sur **les congrès scientifiques en France et dans les**

⁹⁵ L'AUPELF-UREF a suscité la création d'un réseau dynamique dans le domaine de l'ingénierie linguistique, le réseau Francil, qui est tout à fait exemplaire. (<http://www.Limsi.fr/Recherche/Francil/frcl.html>)

pays francophones, en premier lieu, mais aussi partout dans le monde.

Beaucoup d'autres idées peuvent être mises en œuvre. Il suffit de faire preuve d'imagination et de volontarisme.

5. Être exemplaire dans le domaine de la santé

Pour donner une meilleure visibilité internationale à la science et à la recherche françaises et francophones, **il faut choisir des domaines prioritaires parmi ceux où nous gardons une certaine influence.** Parmi ceux-ci, la santé se place sans aucun doute au tout premier rang.

Faire une priorité du secteur de la santé

Assurer la présence internationale de la France au travers des professions de santé est avant tout **un enjeu humanitaire**, notamment à l'égard des pays les moins favorisés. Les technologies de l'information permettent une véritable **mise en réseau des compétences** : banques de données, visioconférences, imagerie médicale, télédiagnostics...

En outre, la médecine française a une image positive dans de nombreux pays et la médecine est une des rares disciplines scientifiques, avec les mathématiques, où la langue française ne se porte pas trop mal. **Le domaine médical est une des priorités de la coopération franco-qubécoise.**

Enfin, le secteur médical représente des enjeux économiques et commerciaux très importants.

Pour mieux assurer cette présence, il serait nécessaire de veiller à la qualité des recherches et à leur publication sur support électronique, à mieux diffuser les données médicales existantes et à mettre en place un **dispositif attestant de la fiabilité des informations médicales diffusées sur le Web.** Cette opération pourrait prendre appui sur celles mises en œuvre pour le Réseau informatisé pour la santé.

a) Mettre de la documentation en ligne

Il est nécessaire de mettre à disposition des experts toute la **documentation** disponible à la réalisation de leur projet sur

l'internet. **La création d'un site médical sur l'internet et son enrichissement reposent en effet sur la mise à disposition des médecins de l'information la plus riche et la plus accessible possible.**

Ouvrir les bases de données

Tous les médecins généralistes et spécialistes doivent pouvoir avoir accès gratuitement aux bases de connaissance médicales francophones les plus riches. La consultation de la base " Pascal ", du CNRS⁹⁶, qui s'enrichit de 400.000 nouveaux articles par an, est actuellement payante. Elle est en concurrence directe avec le thesaurus biomédical MeSh de la base Medline produit par la National Library of Medicine avec la participation de l'Inserm pour la version française, qui est accessible gratuitement en consultation sur le site de l'Inserm.

Mettre gratuitement en ligne les bases de données médicales francophones disponibles, en particulier la base " Pascal "

En outre, **les sujets connexes tels que ceux qui touchent à l'environnement** : la vie des océans, la préservation des milieux maritimes, la conservation du littoral, la valorisation des déchets, la rareté et la qualité de l'eau, la protection de l'air, la faim dans le monde, les accidents technologiques, industriels et naturels et les actions en faveur des populations les plus pauvres ainsi que les politiques mises en oeuvre en faveur de la lutte contre la pauvreté et l'exclusion devraient faire l'objet de liens privilégiés avec les sites de l'internet médical.

Enfin, il ne faut pas négliger la production et la diffusion de cédéroms, aujourd'hui particulièrement coûteux, permettant la mise à disposition d'outils essentiels, tel un atlas de l'ensemble des bases de données médicales. Cela nécessite des moyens financiers et matériels importants qui doivent pouvoir être pris en charge, pour une grande partie, par des fonds publics, notamment pour leur diffusion dans les pays les plus défavorisés.

Dans ce domaine, une meilleure coordination, à l'initiative du ministère de la santé, des actions de communication de l'INSERM⁹⁷,

⁹⁶ <http://www.inist.fr/qdn/archives/archav98.htm>

⁹⁷ <http://www.inserm.fr/serveur/servcom.nsf/Documents/Page+Principale>

de l'Orstom⁹⁸, et de l'Institut Pasteur⁹⁹, qui avancent en ordre dispersé, devrait permettre de trouver des économies d'échelle.

Donner plus de disponibilité aux experts

L'internet est déjà une mine de données médicales. De nombreux sites ont été réalisés par des médecins ou des chercheurs¹⁰⁰. De nombreux experts dans le domaine de la santé souhaiteraient pouvoir mettre leurs compétences à profit pour réaliser, qu'un site Web, qu'un CD-ROM. Le plus souvent, ils n'en ont pas le temps. Il serait souhaitable qu'ils puissent bénéficier, au cours de leur carrière, d'un congé spécial qui leur permette de créer pour la collectivité des contenus médicaux de qualité. Le ministère de la santé pourrait en outre, dès à présent, **créer un répertoire exhaustif des experts connus pour avoir créé un projet de renommée internationale sur l'internet**, celui-ci étant complété au fur et à mesure que de nouveaux projets émergeront. Ce site permettrait d'identifier les bons travaux déjà mis en ligne.

b) Valider l'information médicale

Le recensement des sites médicaux indépendants, et donc leur évaluation, est laissé à la libre appréciation des moteurs de recherche et de guides. Sur des sujets qui touchent à la santé des individus, comme la toxicité de l'aluminium ou les conséquences d'une exposition à l'amiante, **tout consommateur qu'il soit médecin ou non, a le droit de connaître avec précision l'organisme qui transmet des informations** et doit permettre au lecteur d'établir l'origine et de vérifier la fiabilité de l'information diffusée. Il s'agit d'une question de responsabilité éditoriale.

⁹⁸ <http://www.orstom.fr/welcome.html>

⁹⁹ <http://www.pasteur.fr/>

¹⁰⁰ Voir, par exemple, le site "Caducée", créé par un médecin et qui est devenu en quelques années, sans soutien public, un site de référence.
(<http://www.caducee.net/>)

Créer un label “ santé ” qui pourrait être délivré par les Conseils de l’Ordre

c) Favoriser les réseaux médicaux

La mise en réseau des différents acteurs doit être une priorité de l'action publique.

Par exemple, **une meilleure diffusion des connaissances et du savoir faire médicaux peut être favorisée par la mise en réseau d'unités hospitalières.** La connaissance des découvertes médicales récentes, notamment dans le traitement des maladies infectieuses et tropicales est indispensable aux médecins qui exercent auprès de populations souvent démunies. Les hôpitaux que la France équipe et rénove dans les zones défavorisées devraient pouvoir y avoir accès par le biais des nouvelles technologies et notamment de l'internet.

Mettre en réseau les hôpitaux que la France rénove et équipe à l'étranger

d) Former les médecins étrangers

Il y a quelques années, les universités françaises ont modifié les conditions d'accès aux formations de spécialistes en France pour les médecins étrangers. En créant le D.I.S., diplôme interuniversitaire de spécialité, elles ont mis en œuvre une politique stricte de **quotas** par discipline et élaboré un concours d'entrée qui exige des postulants de très bonnes connaissances du français médical. Cette politique, en limitant l'accès des médecins étrangers aux formations françaises nuit à l'influence de la médecine française et francophone à l'étranger. Il serait sans doute souhaitable de modifier le régime d'accès aux études de spécialités médicales pour les médecins étrangers.

En outre, la mise en réseau des hôpitaux et des centres hospitaliers universitaires offre de nombreuses possibilités d'échanges entre médecins et chercheurs, notamment pour ce qui concerne la formation. **L'expertise française dans les formations médicales est reconnue dans le monde entier**, tant pour la formation initiale que pour la formation continue. Certains pensent même qu'il existe **“ une école française de médecine ”**, qui peut faire entendre sa

différence. Par exemple, la coopération médicale Franco-Vietnamienne, par exemple, est exemplaire. C'est à la fois une coopération gouvernementale, une coopération hospitalo-universitaire et une coopération décentralisée. Elle permet d'accueillir en France des jeunes médecins vietnamiens dans leur spécialité, sur des postes hospitaliers rémunérés (programme F.F.I. , “ Faisant Fonction d'Interne ”). Les échanges médicaux entre hôpitaux universitaires ont ainsi concerné plus de 1000 stagiaires entre 1986 et 1997.

La formation en réseau pourrait donner un nouvel élan à ce type de programmes car elle permettrait de démultiplier les actions sans charges financières nouvelles importantes. Une première expérience menée en Asie pourrait ensuite être étendue à d'autres pays.

Développer des accords intergouvernementaux de coopération avec les pays francophones, visant à la mise en place de formations médicales (initiale et continue) à distance par l'internet

B. Un cadre favorable pour l'internet public et citoyen

Mettre les contenus et les services au centre de nos préoccupations, c'est également veiller à la mise en œuvre d'un cadre général favorable et conforme à nos objectifs. Pour favoriser la création de contenus et de services, nous devons aborder d'emblée les questions relatives à **la propriété intellectuelle et artistique**. Les débats sont souvent conflictuels. Or, c'est tous ensemble que nous devons avancer. Nous examinerons également comment il est possible de faciliter l'accès aux contenus et aux services pour le plus grand nombre. Pour cela, **notre langue** constitue, sans aucun doute, **la première interface** à notre disposition et la plus nécessaire. Nous verrons également comment les problématiques relatives aux **technologies** et aux **télécommunications** sont intimement liées à celles des contenus et peuvent favoriser les usages et donner les clés des réseaux.

1. Apaiser les débats autour de la propriété intellectuelle

La grande peur continue. Chaque nouvelle technologie est un risque qu'il convient de transformer en atout

Daniel Toscan du Plantier,
Président d'Unifrance au cours de son
audition

Plusieurs personnalités rencontrées pour la préparation de ce rapport, dans des secteurs d'activité divers et à des niveaux de responsabilité différents, nous ont fait part **d'interrogations relatives à la propriété intellectuelle et plus particulièrement à la propriété littéraire et artistique.**

Avant même d'examiner cette question, il convient de rappeler certains principes qui constituent la base de notre réflexion et de nos propositions d'actions. En premier lieu, faut-il encore le rappeler, il est maintenant établi que **l'internet n'est pas un espace de non droit et qu'il n'y a pas besoin d'un droit spécifique à l'internet¹⁰¹.**

¹⁰¹ “ Tout d'abord, contrairement à ce que l'on entend parfois, **l'ensemble de la législation existante s'applique aux acteurs d'Internet**, notamment les règles de protection du consommateur et celles qui garantissent le respect de l'ordre public.

S'il y a des problèmes d'application du droit, examinons ces problèmes à partir du droit en vigueur : clonage, contrefaçon, œuvre de collaboration, œuvre collective, etc.

En outre, le droit français n'est pas moins bien adapté ou moins adaptable à ces technologies que d'autres types de droits. Nous devons rester vigilants et **veiller à ne pas nous laisser entraîner sur des terrains de négociation qui ne sont pas les nôtres**. La mondialisation de l'économie et des échanges ne saurait nous faire abandonner notre droit, dont rien n'indique que certains de ses principes fondateurs, notamment le droit moral et la conception personnaliste du droit, ne soient pas valides dans une société de l'information où **la personne** renforce son "droit de parole". C'est pour des raisons équivalentes que nous nous réjouissons que le Gouvernement ait décidé de ne pas reprendre les discussions sur l'accord multilatéral sur l'investissement (AMI), négocié à l'OCDE, qui aurait consacré **une perte de souveraineté inacceptable et une attaque fatale contre la politique culturelle de la France et d'une grande majorité de pays européens**. Répétons-le, ne courons pas le risque d'une banalisation des biens culturels. S'il faut évoluer, évoluons à partir du droit existant et de cette exception culturelle qui cimente l'espace francophone.

a) Refuser le faux débat du "copyright" contre le "droit d'auteur"

Certains voudraient nous faire croire que le "copyright" doit être le droit fondamental de la société de l'information. Cependant, dès que l'on entre dans le cœur des débats, il semble que personne ne soutienne sérieusement, en France, qu'il faille abandonner le "droit d'auteur" pour le "copyright". Dans son rapport¹⁰², le Conseil d'État, souligne à cet égard que, le plus souvent, l'opposition qui est faite entre le droit d'auteur et le copyright est davantage d'ordre symbolique que juridique et qu'il "ne faut pas en exagérer l'importance en termes pratiques, dans la réflexion sur l'adaptation du régime de propriété littéraire et artistique au développement des réseaux numériques¹⁰³." **Le régime actuel de la propriété intellectuelle peut favoriser le développement de l'espace numérique dans notre pays moyennant des adaptations.** En

Il n'existe pas et il n'est nul besoin d'un droit spécifique de l'Internet et des réseaux : ceux-ci sont des espaces dans lesquels tout type d'activité peut être pratiqué et toutes les règles régissant un domaine particulier (publicité, fiscalité, propriété intellectuelle,...) ont vocation à s'appliquer. " *Internet et les réseaux numériques*. Conseil d'État, Section du rapport et des études, adopté par l'Assemblée générale du Conseil d'État le 2 juillet 1998. (p. 2)

¹⁰² <http://www.internet.gouv.fr/francais/textesref/rapce98/accueil.htm>

¹⁰³ *Internet et les réseaux numériques*, rapport du Conseil d'État, p.95

outre, notre droit est aussi celui de la majorité des pays européens et n'est pas contredit par les directives communautaires récentes ou à venir¹⁰⁴. Enfin, dans la pratique contractuelle, notamment aux États-Unis, **le copyright "pur" n'existe pas** et les parties peuvent tout négocier.

“ Nous sommes sans cesse assaillis de contestations et de menaces, à propos de la date de l'édition que nous avons utilisée pour récupérer le texte, ou des droits attachés à une note en bas de page. Tous les prétextes sont bons. (...) Pour prouver que chacun de nos livres est bien dans le domaine public, nous devons faire des recherches longues et fastidieuses. ”

Michael Hart, Projet Gutenberg de mise sur l'internet d'oeuvres littéraires libres de droit.

Le Monde 13 août 1998

Il faut cependant avouer que les questions de propriété intellectuelle en France aujourd'hui sont trop souvent conflictuelles. Il faudra nécessairement **renforcer les médiations et mener des actions d'explication et de conciliation convaincantes**. Il s'est progressivement installée une situation assez tendue qui, si elle perdurait, pourrait contribuer à freiner la création et la mise à disposition de contenus sur les réseaux numériques, le développement d'entreprises performantes et le rayonnement de ces contenus au sein de l'espace numérique francophone et international.

Quels sont les partenaires en présence ? Pour simplifier, nous pouvons distinguer trois groupes : **les auteurs**, le plus souvent représentés par les sociétés de perception et de répartition collective de leurs droits : la SACEM¹⁰⁵, la SACD¹⁰⁶, etc., **les producteurs de contenus**, pour leur plus grande part des industriels du multimédia, des éditeurs et des sociétés de presse et des médias, et enfin **les utilisateurs** avec, en première ligne, les documentalistes, la communauté de l'enseignement et de la recherche, le monde de la formation et les organisations, encore embryonnaires, des internautes. Les sociétés de presse et les médias ont une place particulière puisqu'elles sont à la fois producteurs et diffuseurs.

¹⁰⁴ Projet de directive européenne sur les droits d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information.

¹⁰⁵ <http://www.sacem.fr/>

¹⁰⁶ <http://www.sacd.fr/>

Les auteurs, les créateurs et leurs représentants se sentent souvent menacés par l'évolution des modes de création et de diffusion. Ils craignent une évolution des pratiques et du droit en leur défaveur et adoptent des positions très défensives qui ne facilitent sans doute pas le dialogue avec les autres acteurs. Les utilisateurs, mal informés, voire désinformés par la rumeur persistante qui voudrait que l'internet soit un réseau de non droit, ne comprennent pas toujours les entraves qui sont faites à la mise à disposition et à l'utilisation des contenus dont ils souhaitent disposer ou dont ils ont besoin dans le cadre d'un enseignement ou d'une recherche. Les producteurs de contenus essuient le feu et le contre feu des auteurs et des utilisateurs et cherchent alternativement avec eux et selon les cas, des alliances ponctuelles et provisoires tout en protestant contre les entraves à la liberté d'entreprendre¹⁰⁷.

Faut-il modifier le droit ? Sans doute sur certains points. Dans son rapport au Premier ministre, le Conseil d'État, après avoir démontré que les principes essentiels du droit de propriété littéraire et artistique s'appliquent sans difficulté à l'internet, fait des propositions qui visent d'une part à faire évoluer le régime de la titularité des droits, notamment à l'égard des auteurs salariés en le rapprochant de ce qui est prévu en matière de brevets¹⁰⁸ ; d'autre part à adapter, dans un cadre international, le régime des exceptions au droit d'auteur, et tout particulièrement celle relative à la copie privée. Il appartient maintenant au gouvernement, et en premier lieu au ministère de la culture et de la communication, d'étudier ces propositions.

Cependant, quels que soient les choix qui seront faits, **la seule modification, à la marge, du Code de la propriété intellectuelle ne suffira pas pour que la situation actuelle s'améliore de façon significative** car nous sommes parvenus à un **niveau de confrontation** sur lequel il apparaît nécessaire d'attirer l'attention du Gouvernement. Il est souhaitable de mettre en œuvre **un dispositif de médiation et de conseil sur cette question**. En outre, pour ce qui concerne la recherche et l'enseignement, il serait nécessaire de susciter rapidement des négociations entre toutes les parties afin de mettre en œuvre un dispositif de licence contractuelle ou, à défaut, si les négociations n'aboutissaient pas, un dispositif de licence légale.

¹⁰⁷ “ Les producteurs de cinéma se battent ainsi, d'un côté, pour affaiblir le droit des auteurs mais revendiquent aussi, d'un autre côté, un droit du même ordre pour eux-mêmes. ” Pierre-Jean BENGHOZI et Thomas PARIS : Évolutions économiques et nouveaux modèles de protection de la propriété littéraire et artistique (Réseaux n° 88/89 CNET 1998) p. 16

¹⁰⁸ Une adaptation du Code de la propriété intellectuelle dans ce domaine permettrait de résoudre plus facilement des conflits tels que ceux qui ont vu le jour récemment au sein de plusieurs organes de presse ou médias (DNA, France 3, etc.)

Dans tous les cas, agir dans ce domaine est essentiel pour assurer la présence internationale de la France sur les réseaux.

b) Mettre en œuvre une médiation

Nous sommes dans une période intermédiaire dans laquelle il convient avant tout d'éviter les blocages. La construction de la société de l'information dessine un paysage nouveau aux contours et aux règles encore mal définis. De nouveaux acteurs émergent, producteurs, éditeurs, auteurs, peu habitués à des procédures qui, le plus souvent, n'ont pas été faites pour eux. **Les modèles économiques des contenus et des services sur les réseaux numériques ne sont pas encore clairement déterminés et relèvent encore le plus souvent de la prospective.** Le Conseil d'État souligne que " l'avantage de la solution française est sa faculté d'adaptation grâce à la jurisprudence. " Or, on voit mal comment, au regard de la rapidité d'évolution des technologies, de l'extrême diversité des situations et des problèmes posés, on pourrait voir apparaître rapidement sur ces sujets une jurisprudence claire et établie, qui ne soit pas lacunaire, et qui soit propre à rassurer l'ensemble des professions concernées. Enfin, est-il souhaitable de n'avancer sur ces sujets que par le conflit, les menaces de référé, les procès et les jugements ? **Il faut apaiser cette situation** au plus vite pour pouvoir faire face ensemble, plus sereinement, à l'enjeu national et européen de la société de l'information.

L'État doit renforcer sur ces questions le rôle de médiateur et de conciliateur qui lui échoit. Il est souhaitable que l'ensemble des acteurs de ce secteur puissent trouver **une structure neutre de conseil.** Beaucoup de conflits surviennent en effet à cause de contrats mal rédigés et de mauvaises informations. On peut regretter à cet égard que la structure SESAM¹⁰⁹, créée par plusieurs sociétés civiles, ne semble pas jouer encore pleinement ce rôle de conseil ni ne prenne en compte les droits voisins du droit d'auteur, notamment ceux détenus par les artistes interprètes.

Créer, auprès du ministère de la culture et de la communication, une instance de médiation pour les questions de propriété intellectuelle liées à la société de l'information et plus particulièrement à l'internet, assisté d'un conseil scientifique composé de juristes et de représentants des différents acteurs

¹⁰⁹ <http://www.sesam.org/>

Il ne s'agit pas uniquement d'un groupe de travail chargé de réfléchir à ces questions mais bien d'un service opérationnel chargé d'une mission de conciliation, de conseil et de proposition de solutions auprès de ceux qui le souhaiteront. Bien évidemment, ce service ne se substituera pas au juge si aucun accord n'a pu être trouvé. En outre, grâce à la pratique et à l'évaluation quotidienne de cas concrets et de situations précises, ce service sera très vite en mesure de contribuer aux propositions de modifications de la réglementation alors même qu'elles paraissent encore floues. Il doit se situer dans **un lieu facilement accessible au public et connu par les professionnels** et disposer de **juristes rompus à ces questions**.

Le conseil scientifique, piloté par le ministère de la culture et de la communication, gagnerait à comporter, en quelque sorte, trois collègues : l'Administration, des représentants des différentes parties, dont les utilisateurs, et des personnalités qualifiées.

c) Rendre disponibles les contenus pour la recherche et l'enseignement

Cependant, on ne saurait se contenter de cette nécessaire fonction d'arbitrage. Renforcer la présence internationale de la France sur l'internet et dans l'audiovisuel numérique pose, non pas la question de la validité de notre droit, mais la question de **la compétitivité de notre droit dans son application. L'enjeu réside ainsi davantage dans l'alignement des effets économiques du droit que dans celui du droit lui-même : facilité et coût d'acquisition, simplification des procédures**. Il faut sortir du débat strictement juridique pour entrer dans le champ de réflexion politique et économique si nous avons une ambition internationale pour notre culture et notre langue, dans un contexte où le retard pris dans l'usage de ces technologies nous rend assez fragiles dans le paysage international des contenus.

Droit à l'information contre droit d'auteur ?

Malgré le développement de l'internet marchand, la pratique la plus répandue sur le réseau est encore celle connue sous le terme anglais de "fair use", ou utilisation "loyale" ou "équitable", qui **permet l'utilisation de la copie d'une œuvre à des fins non commerciales, notamment pour la recherche ou l'éducation**. Cela tient au fait que l'internet est né et s'est développé pendant de longues années aux États-Unis, au sein de communautés de chercheurs qui ont l'habitude de cette pratique qui constitue une exception au droit patrimonial. C'est également dans ce cadre que se

développe une offre importante de logiciels “ libres ”. Cette pratique se justifie au nom d'un droit imprescriptible du citoyen à l'information. **La tension entre le droit à l'information et le droit de propriété intellectuelle n'est pas une chose nouvelle.** Pierre-Jean Benghozi et Thomas Paris¹¹⁰ rappellent que le premier décret voté en France par la première assemblée législative déclarait que “ tout ce qu'un auteur livre au public devient propriété publique ” mais qu'il s'est vu corrigé dès 1793 par la Constituante qui reconnaît le “ droit d'un auteur sur son œuvre ”. Depuis lors, le droit et les pratiques hésitent entre ces deux pôles.

L'exercice par le citoyen d'un droit à l'information est particulièrement important pour la recherche et l'enseignement et implique de prévoir des exceptions au droit d'auteur. Prévues dans certains pays, ces exceptions sont réclamées par certaines catégories d'utilisateurs¹¹¹.

Dans son rapport, le Conseil d'État aborde ce point et note que “ une telle exception (fair-use) ne s'inscrit pas du tout dans la tradition française en matière de propriété littéraire et artistique. ” Telle a toujours été en effet, jusqu'à présent, la position de la France lors de la préparation des directives européennes. Elle a régulièrement fait valoir qu'une “ exception générale de “ fair use ” constituerait un préjudice grave aux intérêts des titulaires de droits, ouvrirait la porte à la piraterie et interdirait à l'avenir une harmonisation des dispositions législatives des divers États membres sur le terrain juridique qui est jusqu'à présent le leur, c'est à dire des régimes d'exceptions bien délimités et encadrés. Cependant, **sans être imposé, ce type d'exception a été introduit dans les directives communautaires relatives au droit de location et de prêt pour les bibliothèques et à certains droits voisins, comme dans la directive sur la protection des bases de données.** Cette possibilité n'a pas encore été saisie par le législateur français dans ses travaux de transposition.

Sans préconiser un principe d'exception générale, il n'est pas souhaitable de rejeter trop rapidement l'idée de mettre en œuvre en France, pour l'internet, un régime spécifique qui permette une rémunération des auteurs, facilite la recherche et l'enseignement et favorise le développement de l'internet dans notre pays. Quels sont les éléments de cette équation ?

¹¹⁰ article cité plus haut p. 19.

¹¹¹ Cette question est très justement soulevée par le Bureau européen des Unions de consommateurs, dans le cadre de l'élaboration de la directive sur les droits d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information. “ Du fait de la non harmonisation des exceptions, de nombreux consommateurs européens ne bénéficieront pas de la protection des exemptions de “ fair dealing ” dont d'autres profiteront en revanche en Europe. ”

Permettre la recherche et l'enseignement

Il apparaît plus que jamais nécessaire de veiller à ce que l'échange des idées, propice à leur création et à leur maturation, soit possible et facilité en France et dans l'espace francophone, tout particulièrement pour ce qui concerne la recherche et l'enseignement. **Soyons clairs, on ne peut pas, dans le même temps, souhaiter développer l'offre de formation française à l'étranger et aller à la bataille avec un handicap, y compris face aux offres de formation d'autres partenaires francophones comme le Canada fédéral et le Québec.** Peut-on admettre que nos étudiants et ceux qui, partout dans le monde, ont choisi d'investir dans une formation française ou en français soient exclus d'un droit à l'information et à la documentation offert aux étudiants d'autres pays¹¹² ? Le Conseil d'État, reconnaissant cette difficulté, déclare "qu'il est impératif que chaque État impose aux responsables de sites résidant sur son territoire de prévoir un dispositif technique limitant le bénéfice des exceptions au droit d'auteur (notamment celles liées au "fair-use") aux utilisateurs résidant dans ce pays." Outre que l'on voit mal comment les États pourraient se mettre d'accord sur un tel dispositif, cela nous priverait d'une part importante de l'attrait et de l'intérêt de l'internet. La constitution de ce qui reviendrait à des "intranets éducatifs" viendrait en contradiction même avec tout projet de présence et de rayonnement de la France et de la francophonie dans les domaines de l'enseignement et de la recherche.

Permettre la rémunération des auteurs et favoriser le respect de la légalité

Cependant, il ne serait pas acceptable non plus que, dans le développement de la société de l'information et tout particulièrement de l'internet, les opérateurs de télécommunications, les fabricants de logiciels et de matériels trouvent et fixent leurs modes de rémunération et que **seuls les auteurs et les éditeurs soient soumis à la gratuité.** On ne peut en outre continuer d'accepter plus longtemps que de très nombreux sites de l'internet ne soient pas en règle au regard des principes de rémunération des droits de propriété intellectuelle. Il ne serait pas souhaitable enfin que seules

¹¹² Au Canada, la loi sur le droit d'auteur prévoit un certain nombre d'exceptions à la contrefaçon. L'article 27.2 permet l'utilisation équitable ("fair dealing") d'une œuvre à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte-rendu destiné aux journaux, à la condition que l'œuvre originale soit citée. Le Comité consultatif canadien sur l'autoroute de l'information (CCAI) propose d'élargir la notion d'utilisation équitable à toute utilisation non économique. Aux États-Unis, l'article 107 de la loi sur le copyright couvre l'usage équitable ("fair use"), l'exception est ici un peu plus large, couvrant toute utilisation non commerciale.

les entreprises les plus visibles sur l'internet respectent la loi et soient soumises à une concurrence déloyale par des acteurs moins identifiés qui ne respectent pas la réglementation.

Ne rien figer

Nous sommes dans une période intermédiaire, où les modèles économiques sont en évolution, où les principes techniques de marquage des oeuvres et de comptage de leur utilisation sont en voie de standardisation ou d'élaboration, où de nouveaux acteurs ne sont pas encore organisés. Par le passé, de nombreuses craintes ont été infirmées par la réalité : la cassette audio n'a pas tué le phonogramme et la cassette vidéo représente maintenant un marché important pour le cinéma. D'autres solutions pourront voir le jour bientôt, mais aujourd'hui, **il n'est pas souhaitable de laisser les choses en l'état.** Or, ces contradictions apparentes pourront-elles être résolues, au moins pendant une période intermédiaire, sans une action volontariste du gouvernement et du législateur ?

Une équation insoluble ?

Il est indispensable d'engager **la mise en oeuvre d'un accord global de licence contractuelle**, négocié avec l'ensemble des acteurs, pour les sites internet des institutions liées à la recherche et à l'enseignement : universités, bibliothèques, instituts de recherche, etc., placées sous la tutelle de plusieurs ministères : éducation nationale, recherche et technologie ; culture et communication, travail et affaires sociales, jeunesse et sport, etc. Il n'est pas possible de continuer à négocier au coup par coup, éditeur par éditeur, voire œuvre par œuvre. Certaines négociations sont en cours et nous les saluons, mais elles sont encore trop lentes au regard de la rapidité du développement du réseau et trop restreintes car elles ne concernent pas tous les types de contenus et tous les types d'établissement. **Il est souhaitable que l'État amène rapidement tous les acteurs à une même table de négociation afin qu'aboutisse un accord global pour une durée déterminée, pour des contenus et des usages définis.**

Si les négociations entre les parties n'aboutissaient pas dans des délais acceptables, il serait alors nécessaire d'imaginer un système de licence légale. À certains moments de l'histoire des médias, afin de permettre leur développement, le législateur a su trouver et mettre en place des dispositifs d'exception au droit d'auteur qui ont permis de rémunérer les ayants droits par le biais de la gestion collective. Ces dispositifs de cession non volontaire de

droits contre rémunération sont aussi appelés “ licence légale ¹¹³”. Il existe actuellement des licences légales pour les représentations cinématographiques et pour la diffusion radiophonique des oeuvres musicales¹¹⁴. Pour mettre en place un tel dispositif, le législateur déclare un principe d'exception pour un média particulier, définit un prélèvement, son assiette, son mode de perception¹¹⁵ et de répartition entre les sociétés civiles représentant les ayants droits¹¹⁶. La définition de cette assiette peut se faire par la négociation avec l'ensemble des acteurs.

Enfin, il est indispensable que l'État soit exemplaire dans la mise à disposition des oeuvres dont il détient les droits : coût, rapidité et simplicité de libération des droits, clarté et transparence.

¹¹³ Le système de licence légale est souvent décrié. On insistera ici sur son caractère **provisoire** pour une période intermédiaire. Un des problèmes liés à la propriété intellectuelle en France est que toute décision et toute modification du code semble gravée dans le marbre et que des mesures conçues comme intérimaires perdurent longtemps après que la situation qui les a imposées a changé.

¹¹⁴ Art. L. 214-1 du Code de la propriété intellectuelle : lorsqu'un phonogramme a été publié à des fins de commerce, l'artiste-interprète et le producteur ne peuvent s'opposer :

1° A sa communication directe dans un lieu public, dès lors qu'il n'est pas utilisé dans un spectacle ;

2° A sa radiodiffusion, non plus qu'à la distribution par câble simultanée et intégrale de cette radiodiffusion.

Ces utilisations des phonogrammes publiés à des fins de commerce, quel que soit le lieu de fixation de ces phonogrammes, ouvrent droit à rémunération au profit des artistes-interprètes et des producteurs. Cette rémunération est versée par les personnes qui utilisent les phonogrammes publiés à des fins de commerce dans les conditions mentionnées aux 1° et 2° du présent article. Elle est assise sur les recettes de l'exploitation ou, à défaut, évaluée forfaitairement dans les cas prévus à l'article L. 131-4. Elle est répartie par moitié entre les artistes-interprètes et les producteurs de phonogrammes.

¹¹⁵ On peut penser que pour l'internet, le guichet de perception de la taxe pourrait être, par exemple, le fournisseur d'accès qui en répercuterait le coût sur le consommateur. L'assiette de la taxe pourrait être calculée à partir d'un certain nombre de paramètres techniques. Toute la difficulté réside sans doute dans l'établissement d'un taux qui permette des recettes significatives sans pour cela freiner l'expansion de l'internet dans notre pays. Mais n'est-ce pas toujours la difficulté rencontrée par l'État dans le domaine de la fiscalité ?

¹¹⁶ L'instruction d'un dispositif de licence légale pour l'internet pourrait s'effectuer de façon conjointe avec celle qui serait menée pour la mise en place d'un compte de soutien spécifique pour la création de contenus.

Il paraît donc nécessaire que soit mises en œuvre au plus vite des négociations devant aboutir pour la recherche et l'enseignement à un accord global de licence contractuelle à des fins de recherche et d'enseignement

Parallèlement, il serait souhaitable que le ministère de la culture et de la communication étudie la possibilité de mettre en œuvre pour l'internet, de façon provisoire et clairement limitée dans le temps, un dispositif de licence légale qui puisse assurer aux auteurs une rémunération acceptable dans le contexte actuel du développement du réseau, si les négociations n'aboutissaient pas

Les technologies de l'information multiplient les capacités de diffusion et de production de programmes. Il y a fort à parier que, à terme, cela représente **un gain pour l'ensemble des acteurs**. Il faut que la France oublie ses craintes et entre rapidement dans **une logique de gestion des gains plutôt que de rester dans une logique de limitation des risques**.

2. Favoriser l'accès aux contenus et aux services

Que penser de quelqu'un qui construirait une maison, l'aménagerait à grands frais du sol au plafond, sans s'assurer qu'il détient bien la clé de la porte d'entrée ? **Munissons-nous donc des " clés " qui permettent d'accéder aux contenus de l'internet.**

Nous devons veiller, en tout premier lieu, à ce que nous puissions utiliser notre langue dans la société de l'information. Elle est notre première interface. En outre, nous ne devons pas être seulement importateur et consommateur des technologies qui permettent d'accéder aux contenus et aux services numériques. Cela nous mettrait dans une situation fragile, économiquement et culturellement. **Nous avons des compétences et des capacités d'innovation que nous devons mettre en œuvre pour développer et diffuser ces technologies.**

a) Considérer la langue comme un outil indispensable de la société de l'information

Un rapport sur la présence internationale de la France et la francophonie doit aborder les questions de **politique et de législation linguistique** autour desquelles flotte un certain malaise dans notre pays.

Un certain malaise francophone

Comme beaucoup d'autres peuples, les Français aiment leur langue. C'est ce qu'a déclaré une grande majorité d'entre-eux interrogés en 1994¹¹⁷, au moment des polémiques suscitées par la loi¹¹⁸ dite " Toubon " ¹¹⁹. Mais cet amour du français semble traîner avec lui des souvenirs désagréables de dictées, d'accords grammaticaux sournois et de pièges orthographiques renouvelés. **Le français serait une langue difficile, qui doit rester difficile**¹²⁰, qu'il faut mériter et qu'il faut servir. Il y a une mystique du français en France,

¹¹⁷ <http://dglf.culture.fr/culture/dglf/sondage.htm>

¹¹⁸ Loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française

¹¹⁹ le sondage réalisé par la SOFRES le 8 mars 1994 montre que les Français sont attachés à leur langue (97%) et fiers de sa diffusion internationale (70%).

¹²⁰ Qu'on pense à l'échec relatif des simplifications orthographiques proposées par le Conseil supérieur de la langue française.

mais une mystique douloureuse, et il n'est pas certain que ce culte soit bénéfique à l'image de notre langue, à l'extérieur comme à l'intérieur de notre pays. Il maintient l'idée d'une langue élitiste, discriminatoire, loin de la modernité, crispée sur son passé glorieux. Il ne promeut pas l'idée d'une langue " outil ", interface efficace avec le monde d'aujourd'hui.

L'amour des Français pour leur langue est en outre un amour déçu. Le français aurait perdu la partie, serait en perte de vitesse et en régression. Langue perdante, il faudrait s'en détacher au plus vite pour éviter d'être perdant soi-même. Les Français s'en détachent donc, présentent leur choix comme un choix pragmatique, alors qu'il demeure souvent dans cette défection une part de mauvaise conscience, comme s'ils dérogeaient et manquaient à leur honneur¹²¹. C'est sans doute que **la langue française a, plus que dans beaucoup d'autres pays, joué un rôle particulier dans l'édification de la conscience nationale**. Sans aller aux sources de l'histoire politique de notre langue, nous savons que l'enseignement du français, de son orthographe et de sa grammaire, a été l'un des piliers de l'enseignement public laïc et obligatoire, l'indispensable outil d'accès au savoir, mais également l'instrument, certes parfois violemment imposé, de l'unité de la nation.

Ce rapport au français en France est profondément ancré dans la conscience collective et les politiques menées par les gouvernements successifs de notre pays pour le modifier semblent avoir échoué à atteindre leurs destinataires. **Qui sait que la France mène depuis plus de dix ans une politique en faveur du plurilinguisme, particulièrement dans le cadre européen ?** Qui peut énoncer les principales dispositions de la loi dite " Toubon " ?

Des conséquences néfastes et méconnues

Cette image floue et imprécise de la politique linguistique et de ses enjeux pour notre pays, tant en France qu'en Europe, a des conséquences importantes sur notre société et l'image de la France à l'extérieur de nos frontières.

À l'intérieur de notre pays, la relation difficile que les Français ont avec le français les rend insuffisamment sensibles aux enjeux linguistiques de ce siècle. Toute question de langue est ramenée à l'imaginaire de la défense du français et l'on ignore ce qui ne rentre pas dans ce cadre étroit et polémique. Moins que d'autres, les Français sont prêts à faire face de façon sereine et rationnelle au

¹²¹ Les associations de défense de la langue française utilisent beaucoup dans leurs écrits et leurs argumentaires la métaphore de la " collaboration ".

développement et à l'usage d'outils linguistiques de traduction automatique ou de synthèse et de reconnaissance vocale. Ils sous-estiment encore trop **le caractère essentiel de la maîtrise de la langue dans la construction et le maintien du lien social**. Ils comprennent mal l'importance qu'il y a à disposer de termes français pour l'appropriation par le plus grand nombre des nouvelles technologies. Ils méconnaissent le surcroît de vigilance qu'il faudrait pour que l'Europe se fasse vraiment dans le plurilinguisme, seul moyen d'assurer que tous les citoyens pourront, à égalité, être les acteurs du contrôle démocratique de l'Union. Ils n'attachent pas assez de prix à la présence du français dans les organisations internationales où le statut du français peut permettre de mieux prendre en compte le souci du respect de la diversité du monde.

Cette insuffisante perception des enjeux par le corps social et ce "linguosepticisme" très largement répandu font que, **trop souvent, les arbitrages, notamment budgétaires, nécessaires à une politique efficace en faveur du français ne sont pas rendus, ou rendus en faux-semblants**.

À l'extérieur de nos frontières, nos atermoiements et nos hésitations agacent singulièrement nos partenaires francophones notamment au Québec, qui nous reprochent surtout de ne pas vraiment croire à ce que l'on dit ni à ce que l'on fait. Quant aux non francophones, ils sont prompts à caricaturer nos sautes d'humeur linguistiques et ils nous peignent volontiers, de façon assez injuste cependant, comme obstinément englués dans la défense du français jusqu'au ridicule¹²².

L'élément le plus visible de la politique linguistique française est sans aucun doute la loi du 4 août relative à l'emploi de la langue française, dite loi Toubon, célèbre mais mal connue et qui **inquiète différents acteurs**. C'est un cas intéressant où ce n'est ni la loi, ni son application qui posent problème, mais **l'image de la loi**, notamment chez les acteurs économiques, dans les médias, et à l'étranger.

(1) Modifier la loi¹²³ "Toubon"

Les technologies numériques de l'information et tout particulièrement l'internet rendent difficiles l'application de certaines dispositions de la

¹²² Toute affaire de "procès linguistique" en France déclenche la presse anglo-saxonne. Les plus grandes agences envoient des journalistes pour couvrir le sujet et interroger les responsables politiques et administratifs. Cela a été particulièrement frappant pour l'affaire "Georgia Tech" quand, en 1996, des associations de défense de la langue française ont porté plainte contre une université américaine installée en France parce qu'elle ne proposait pas d'informations en français sur son site internet. La défense du français est pour les journalistes un "marronnier" français au même titre que la baguette et le camembert.

¹²³ http://www.culture.fr/culture/dglf/prs_com.htm

loi du 4 août relative à l'emploi de la langue française, notamment celles qui ont pour objectif de **protéger le consommateur en lui donnant l'assurance qu'il sera informé dans sa langue sur son achat et au moment de son acte d'achat**. Dans son rapport sur l'internet, le Conseil d'État souligne que le champ d'application de la loi, tel qu'il est défini par les différents textes, est trop large et inclut les services en ligne sans restriction spécifique. Par exemple, le contrôle du respect de l'emploi de la langue française paraît difficile à effectuer pour ce qui concerne les services téléchargés en ligne. De même, il est difficile d'imposer l'emploi du français pour la publicité lorsque les messages n'ont pas été conçus à destination des consommateurs français, "un champ trop large conduirait à des violations systématiques de la loi (...) Il est probable qu'il en résulterait une absence de sanctions en pratique (...). "

Le Conseil d'État conclut **qu'une modification de la loi clarifiant le champ de son application** et retenant une solution réaliste tenant compte de la destination des messages, s'agissant des services en ligne, permettrait une mise en œuvre effective de l'obligation d'emploi de la langue française. Il est également certain qu'une modification de la loi "Toubon" **serait perçue comme un signe d'apaisement et de pragmatisme, tant en direction des acteurs économiques français que des étrangers**.

Bien évidemment, cela ne saurait conduire pour autant à l'abandon de l'exigence fondamentale de protection du consommateur et du citoyen dans la société de l'information, y compris sur le plan linguistique. À cet égard, **il est important que la France porte avec vigilance cette préoccupation dans les instances européennes et internationales qui débattent des cadres réglementaires pour le commerce électronique**, notamment pour **l'établissement de la directive européenne sur le commerce électronique**. Cette question a également été soulevée à l'occasion des débats organisés par l'OCDE à Ottawa en octobre dernier. Il est intéressant de noter que ces principes ont été défendus par les associations présentes en marge de la réunion officielle, pour revendiquer un droit à la parole du citoyen dans l'établissement des règles pour le commerce électronique mondial.

Modifier la loi du 4 août 1994, relative à l'emploi de la langue française pour que son texte prenne mieux en compte les problématiques propres aux réseaux et au commerce électronique

(2) Renforcer la terminologie

Il faut aussi que le français dispose de tous les termes nécessaires pour décrire les réalités contemporaines. Le plan d'action gouvernemental pour la société de l'information souligne la nécessité de disposer de **termes français pour l'internet**¹²⁴ afin que le plus grand nombre puisse s'approprier ce nouveau média. Il ne peut y avoir aucun avantage à devoir utiliser pour l'internet un sabir digne du latin de cuisine des médecins de Molière. La Commission générale de terminologie a élaboré une liste des termes les plus fréquents, qui sera rendue publique prochainement sur le site de la délégation générale¹²⁵ à la langue française¹²⁶.

La société de l'information est une société de mots

Il faut maintenant aller plus loin. La société de l'information est une société de mots, de termes, de thesaurus et d'index, qu'il faut tenir à jour, interroger, connecter et interconnecter... Au delà de la seule néologie ou de la recherche d'équivalents français à des néologismes anglais, la terminologie prend une importance accrue. Au moment où ce domaine scientifique se structure au niveau européen, la France est dans une position assez faible. Le Centre de néologie et de terminologie (CTN¹²⁷), qui a été créé auprès du CNRS dans les années 80, n'a jamais pu trouver le rayonnement nécessaire à la force des enjeux, peut-être parce que notre pays n'a, jusqu'à présent, jamais été mis dans l'obligation de traduire vers les autres langues, contrairement au Canada ou au Québec qui ont dû construire de larges bases de données bilingues ; certainement aussi parce que cette discipline à part entière a trop longtemps été arrimée à la défense de la langue et à ses passions.

De façon très pragmatique, nous avons besoin d'un centre de terminologie solide qui puisse servir l'Administration et de conseil scientifique au dispositif d'enrichissement de la langue française. Il serait souhaitable que les administrations concernées, ministère de la culture et de la communication, ministère des affaires étrangères, ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de

¹²⁴ Dans l'ensemble de ce rapport, nous avons choisi d'écrire " l'internet " avec un article défini et un " i " minuscule, comme le téléphone ou la télévision, marquant ainsi la volonté de banaliser ce protocole de communication comme nouveau média, soulignant sa neutralité potentielle par rapport aux contenus qu'il véhicule et en accord avec les traditions typographiques de la langue française qui refusent les boursoflures de majuscules que l'on voit trop souvent.

¹²⁵ <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/>

¹²⁶ On trouve déjà sur le site de la délégation générale à la langue française des lexiques " informels " et les recommandations de la Commission générale de terminologie. Selon les dispositions de la loi du 4 août relative à l'emploi de la langue française (dite loi " Toubon "), les termes recommandés ne s'imposent qu'à l'Administration.

¹²⁷ <http://www-lli.univ-paris13.fr/rapport/ctn.html>

la technologie, le CNRS, des universités, mais aussi la Documentation française, le Journal officiel, chargés des publications de l'État, et la Bibliothèque nationale de France, chargée du dépôt légal, se réunissent pour étudier la possibilité de créer **un organisme capable d'animer un réseau efficace** pour faire face aux enjeux terminologiques d'aujourd'hui.

Susciter la création d'un organisme public pour la terminologie

b) Maîtriser les technologies d'accès

Au tout début de la micro informatique, autour des années 1980-83, quelques personnalités ont prévenu les sociétés de logiciels françaises que le marché allait évoluer vers une clientèle d'entreprises plus petites qui rechercheraient des logiciels prêts à l'emploi et faciles à installer. Ils annonçaient également que les marchés créés par cette évolution seraient immenses (hôteliers, pharmaciens, notaires, artisans, agences de tourisme, etc.). La réponse de tous les professionnels d'alors, aussi bien que celle de leur syndicat patronal, a été unanime : ils ont fait le choix de rester spécialisés dans les logiciels sur mesure destinés à de gros clients. Dans le même temps, Microsoft était en cours de négociation avec IBM pour le système DOS et personne n'aurait pu prédire que cette entreprise deviendrait la multinationale qu'elle est maintenant.

Cette mauvaise appréhension du marché a eu des conséquences importantes sur notre industrie et notre économie.

Aujourd'hui, l'heure est à d'autres défis. Nous devons essayer, grâce à un soutien pertinent et clairvoyant en recherche et développement, **de ne pas être totalement absents dans le domaine des interfaces**. La France dispose de nombreux développeurs informatiques, qui mis en réseau autour de projets communs, avec leurs collègues d'autres pays, notamment en Europe, pourraient faire des merveilles dans ce domaine. Des initiatives de ce genre ont déjà vu le jour, il convient de les favoriser et d'encourager la participation des instituts de recherche en informatique publics.

“ Pour beaucoup de gens, la première priorité était de fabriquer quelque chose pour que les êtres humains puissent transférer leurs idées sur le Web. Maintenant que nous disposons de cette masse ingérable, la

deuxième phase consiste à s'y attaquer avec un logiciel. Le chaos de la vie reste ce qu'il est, mais, pour la première fois, parce que l'on peut y accéder par le Web, on peut écrire un programme pour l'analyser. Los Angeles Times cité par Il finit son interview par : " Nous n'en sommes qu'au début, sur le plan technologique, et les travaux de recherche à effectuer sont gigantesques. Il est essentiel que l'État américain continue à les financer. "

Tim Berners-Lee, du CERN, cofondateur du protocole http du Web cité par Courrier international du 2 au 8 juillet 98

(1) Promouvoir les logiciels " libres " et notamment Linux

Garder la maîtrise de l'accès aux contenus que nous mettons à disposition sur le Web, qu'ils soient gratuits ou payants, c'est aussi garder la maîtrise des systèmes d'exploitation de nos ordinateurs et de nos réseaux. **La force de l'internet a été son caractère ouvert, ne laissons pas refermer le réseau en faisant la part trop belle à des logiciels propriétaires.**

Il existe des logiciels dits " libres ", comme GNU-Linux, développés en réseau grâce à la collaboration de nombreux chercheurs. Ils représentent une alternative. Ils sont dits " libres " parce que leur code-source¹²⁸ est public et qu'ils sont disponibles gratuitement ou pour un prix modique. **Les pouvoirs publics doivent mener des actions d'information et de promotion de ces technologies ouvertes.** À cet égard, la convention de partenariat passée entre le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie et l'Association francophone des utilisateurs de Linux et des logiciels libres (AFUL¹²⁹) est prometteuse.

L'Administration doit donner l'exemple. Si, en l'état, il n'est pas pensable de fournir à l'ensemble des agents de l'Administration des ordinateurs dotés de logiciels fonctionnant sous " Linux " car ils sont encore trop peu conviviaux, **il est tout à fait possible d'adopter " Linux " pour un certain nombre d'applications " réseau " accessibles aux seuls informaticiens administrateurs des sites.** Il faut veiller à ce que les informaticiens, les ingénieurs ne deviennent pas de simples utilisateurs, qu'ils restent en mesure de

¹²⁸ code informatique utilisé pour élaborer le logiciel

¹²⁹ <http://www.aful.org/presse/CP-MENRT.html>

“ démonter¹³⁰ leurs outils ” et de les adapter. Seuls les logiciels libres permettent cela aujourd'hui. À ce titre, il est très encourageant que la nouvelle mission interministérielle créée auprès du Premier ministre pour promouvoir la diffusion des technologies de l'information et notamment l'internet dans l'administration (MTIC¹³¹) ait, d'emblée, décidé d'inscrire dans ses priorités de travail l'étude des possibilités offertes par les logiciels libres.

Adapter des logiciels “ libres ” pour les applications “ réseau ” des administrations

Cependant, il sera particulièrement important de veiller à ce que ces logiciels libres respectent les caractéristiques culturelles et linguistiques : jeux de caractères, interfaces, documentation, aide en ligne. Si ces technologies se diffusent, ces aspects deviendront de plus en plus importants. **Il est indispensable que les fonctionnaires puissent continuer de travailler en français.**

(2) Définir une politique forte pour le traitement informatique du langage

Les problématiques relatives à l'accès intuitif aux contenus sur l'internet, mais aussi sur cédérom ou sur les chaînes de télévision numériques, sont encore insuffisamment prises en compte dans notre réflexion et dans nos actions, particulièrement lorsqu'elles sont liées au génie logiciel et à l'ingénierie documentaire. Quand l'internet était réservé aux chercheurs et aux informaticiens, on pouvait accepter de devoir connaître des codes et des astuces pour accéder à l'information ou communiquer avec un correspondant. Ce n'est plus le cas maintenant. Nous devons disposer de **moteurs de recherche** adaptés au grand public, **d'agents intelligents**, qui interprètent le langage naturel et “ dialoguent ” avec l'utilisateur. Nous devons être à la pointe des logiciels de **traduction assistée par ordinateur**, développer et commercialiser des **interfaces vocales** qui permettent de dicter, de mieux comprendre... Tous ces outils, dont certains sont déjà dans les rayons des grandes surfaces,

¹³⁰ parfois appelé "reverse engineering"

¹³¹ Cette mission, créée pour une durée de trois ans par un décret du Premier ministre, fournira un appui aux administrations pour la conception et le développement de leurs projets techniques, veillera à l'harmonisation des standards techniques, émettra des propositions en matière d'échanges de données informatisées. Décret n 98-751 du 27 août 1998 (Journal officiel du 28.08.1998) : à consulter sur le site legifrance.gouv.fr

doivent pouvoir être développés aussi par des entreprises françaises. Ne laissons pas échapper définitivement ce marché de “ l'accès ” que M. Bill Gates définit comme “ The next big thing ¹³²”.
Le développement de la société de l'information implique la promotion du traitement informatique du langage.

Quelles applications développer ? Pour quels usages ?

On peut avec profit reprendre ici en partie la typologie donnée dans le rapport du Conseil consultatif sur le traitement informatique du langage par M. Alain Pierrot (Hachette), spécialiste reconnu de ces questions : “ L'enjeu de la création d'un marché de grande consommation pour les techniques multimédia interactives est l'objet de l'attention de tous les médias. (...) l'accès intuitif aux services et contenus numérisés constitue un facteur clé du succès des produits multimédia interactifs. ”

Les enjeux de la recherche d'information sur l'internet ou dans une base de données sont essentiels. Les produits multimédias et bureautiques doivent offrir un accès facile et convivial aux utilisateurs pour satisfaire les besoins d'un public sans formation linguistique et informatique spécifique et doivent pour cela intégrer **des solutions issues de l'ingénierie linguistique** : “ L'enjeu de l'accès en temps utile à l'information pertinente passe par des outils comme des thesaurus, des analyseurs de requêtes documentaires ainsi que des outils permettant une “ préindexation ” des documents. ” Le taux de croissance de l'offre en ligne exige **des outils d'indexation automatique, capables d'identifier la langue utilisée dans les pages du réseau** ainsi que les thèmes pertinents. L'accès intelligent aux encyclopédies numérisées passe par le développement d'index automatisés autant que par des analyseurs des requêtes des usagers.

Deux ans plus tard, on ne peut que saluer la justesse de l'analyse de M. Pierrot. Aujourd'hui, **les moteurs de recherche se sont améliorés mais qui est cependant vraiment satisfait des modes de recherche d'information sur l'internet ?**

La validation des documents professionnels ou personnels par logiciel est maintenant une fonction obligatoire tant dans les traitements de texte que dans les tableurs. Les outils disponibles s'améliorent et reposent de plus en plus sur des solutions issues de l'ingénierie linguistique. Il peut s'agir de **vérificateurs**

¹³²Cité par le représentant de Microsoft, à propos des interfaces vocales, dans un colloque récent sur les ressources linguistiques à Grenade. On pourrait traduire par “ le prochain grand truc ” (après le DOS et Windows)

orthographiques, syntaxiques voire stylistiques pour des documents techniques.

Demain, il ne sera plus nécessaire de savoir “ taper à la machine ” pour utiliser un micro-ordinateur, un traitement de texte, un tableur. On trouve déjà sur le marché des **logiciels de dictée vocale** assez performants pour être couramment utilisés dans un contexte professionnel. Le marché est encore émergent. Nous avons des compétences indéniables dans ce domaine de recherche.

La création de grammaires, de dictionnaires et d'outils de dialogue en langue naturelle (génération et analyse de texte) peut faciliter l'apprentissage des langues. **Le coût actuel de l'adaptation des outils disponibles à l'enseignement du français empêche souvent l'édition de produits scolaires ou parascolaires.** Le ministère de l'éducation nationale pourrait prendre en compte cet aspect dans la politique de soutien au multimédia qu'il mène actuellement.

Mais surtout, le développement des pratiques de traduction est essentiel pour notre pays, pour la construction européenne et pour nos relations avec le monde entier. L'amélioration des logiciels de traduction automatique ou assistée par ordinateur ne pourra se faire que par une politique volontariste visant notamment à accompagner le marché et les entreprises en produisant les ressources linguistiques numérisées nécessaires à la constitution de logiciels multilingues, du français vers les autres langues et des autres langues vers le français. Si nous n'avons pas cette ambition pour le français, personne ne l'aura pour nous.

Il manque en France une politique claire et visible pour le traitement informatique du langage.

Mettre en œuvre une politique pour le traitement informatique du langage :

L'Administration a déjà beaucoup investi dans les technologies du traitement informatique du langage. En outre, des programmes européens bien dotés financièrement structurent la recherche et développement de ce secteur au niveau communautaire. En 1995, un **Conseil consultatif sur le traitement informatique du langage** a été créé. Il a connu des difficultés de fonctionnement¹³³. Il a produit un rapport qui, une fois remis, est resté sans réponse. On comprend l'amertume de son président, André Danzin.

¹³³ Il lui a été notamment impossible de disposer de données chiffrées et d'éléments d'évaluation fiables des actions menées par les différents ministères en dépit de demandes répétées.

Aujourd'hui, la recherche et développement en ingénierie linguistique est soutenue dans le cadre du programme "autoroutes de l'information" - quelques projets - mis en œuvre par le ministère chargé de l'industrie et par la prise en compte des technologies vocales dans le Réseau national de recherche en télécommunications (RNRT¹³⁴). Un appel à propositions sur le filtrage et la recherche d'information a permis également de soutenir plusieurs projets de moteurs de recherche.

Cela ne constitue pas les éléments d'une politique forte et lisible.

Cette absence de visibilité laisse ainsi place à toutes les critiques. On peut lire ainsi sous la plume d'André Abbou dans la Tribune des industries de la langue et de l'information électronique d'avril-décembre 97 : " Pas de programme pluriannuel conduit par un organisme disposant des moyens de prévoir, d'analyser, d'évaluer et de gérer de façon scrupuleuse les fonds publics. " De même, le rapport du Conseil consultatif sur le traitement informatique du langage n'est pas moins critique : " tout se passe comme si, par rapport aux efforts anglo-saxons, japonais et allemands, l'effort français (contrairement à l'effort québécois) présentait des lacunes graves en matière de visibilité, de cohérence et de capacité de transferts vers les domaines des applications industrielles et commerciales. Et cependant, le total des moyens humains dispersés dans le tissu de la recherche publique et privée se compare, en nombre et en qualité, d'une manière très satisfaisante aux moyens mobilisés par nos principaux concurrents. Il sera sans doute nécessaire d'améliorer l'organisation et de définir des conceptions stratégiques plus claires, le défaut de l'un entraînant le défaut de l'autre. "

Que faire ?

Il serait avant tout souhaitable que le dossier du traitement informatique du langage trouve une reconnaissance politique véritable, particulièrement de la part des ministères techniques et qu'il soit traité avec plus de vigilance. Il est également indispensable de mieux orienter les crédits de recherche et développement.

Renforcer la concertation interministérielle sur le traitement informatique du langage et, pour ce faire, renouveler et relancer

¹³⁴ <http://www.telecom.gouv.fr/rnrt/>

le Conseil consultatif sur le traitement informatique du langage en lui donnant davantage de pouvoirs et en lui assignant des priorités : la traduction automatique et la recherche documentaire plurilingue. En outre, un haut fonctionnaire du ministère des finances pourrait mener une mission d'évaluation des politiques publiques dans ce secteur

Le rapport du Conseil consultatif sur le traitement informatique du langage a montré la **nécessité d'améliorer les synergies** d'une part, entre les différents éléments du dispositif de recherche, d'autre part entre ce dispositif et l'industrie du secteur. En outre, il est apparu important à l'ensemble des acteurs de pouvoir disposer **d'une équipe spécifiquement chargée de collecter et d'organiser les informations pertinentes dans ce domaine, de réaliser chaque année un état de l'art et, à partir d'analyses prospectives, de faire des propositions aux décideurs**. Enfin, le souhait a été exprimé de charger un organisme de la constitution des ressources linguistiques qui manquent pour le français.

Le site de Nancy paraît particulièrement bien choisi pour mettre en œuvre un tel projet. En effet, l'Institut national de recherche en informatique et en automatique (INRIA) et le Centre national de la recherche scientifique, par le Centre de recherche en informatique de Nancy (CRIN¹³⁵) y sont implantés et ont mis en place sept équipes de recherche communes, dont une équipe très performante spécialisée dans le dialogue homme-machine et l'ingénierie linguistique. En outre, l'Institut national de la langue française (INaLF), du CNRS, est présent à Nancy et collabore avec cette équipe sur des projets spécifiques. Enfin, celle-ci est particulièrement bien présente aux niveaux francophones et européens où elle participe à de nombreux projets.

Créer un pôle de compétence et d'expertise sur le traitement informatique du langage auprès de l'INRIA Lorraine et du CNRS, par exemple sous la forme d'un groupement d'intérêt public

¹³⁵ <http://www.loria.fr/CRIN/>

Lancer un programme de recherche et développement interministériel : recherche, industrie, affaires étrangères, culture et communication pour les outils d'aide à la traduction et le multilinguisme français-autres langues, autres langues-français, notamment pour l'arabe

(3) Participer activement à la normalisation et à la standardisation

Quand l'internet a commencé à se développer en France, les premiers utilisateurs du courrier électronique se sont rapidement émus de ne pouvoir utiliser l'intégralité des caractères typographiques du français et de recevoir des codes incompréhensibles à la place des "é", "è" et autres "ç". C'était un problème de "standard". Les chercheurs qui ont créé le protocole de courrier "SMTP"¹³⁶ aux États-Unis, il y a une vingtaine d'années, n'avaient besoin que des caractères de l'anglais.

Le "problème des accents" dans le courrier électronique, encore imparfaitement résolu, a révélé aux non spécialistes de ces questions l'importance et **les enjeux des normes et des standards** pour les langues et les cultures, non seulement pour le courrier électronique, mais aussi pour la structuration des documents, la définition des claviers et des interfaces, l'internationalisation et la localisation des logiciels. Ces enjeux ont notamment été identifiés, dès 1995, dans le cadre d'un groupe de travail franco-qubécois¹³⁷.

Quand les normes adéquates existent, il faut mener les actions nécessaires pour qu'elles soient mieux connues et que leur utilisation soit favorisée, notamment dans l'Administration et les services publics. En outre, la rapidité d'évolution de ces technologies impose une veille active sur les activités de normalisation, dans les instances institutionnelles mais également informelles¹³⁸. Nous devons participer activement à ces travaux dès leur lancement. Rien n'est plus difficile, en effet, que d'intervenir à la

¹³⁶ SMPT : "Send Mail Transfer Protocol"

¹³⁷ Il s'agit du groupe "NoTIAL" : normalisation des technologies de l'information dans ses aspects linguistiques, qui a remis un rapport à la Commission permanente de coopération entre le Québec et la France. (<http://www.ceveil.qc.ca/notial/index.html>)

¹³⁸ Par exemple, l'élaboration des standards de l'internet s'est toujours effectuée en dehors de la normalisation institutionnelle et notamment au sein de l'IETF (Internet engineering Task Force), par des forums de discussion et le courrier électronique.

fin du processus d'élaboration d'une norme, voire après sa publication.

Pour faire face à ces enjeux, l'Association française de normalisation (AFNOR¹³⁹), avec l'appui de la délégation générale à la langue française, a créé un groupe de travail consacré au plurilinguisme, qui regroupe des experts des technologies de l'information et de la communication du secteur privé et du secteur public. Ce groupe rend compte de ses travaux et fait des recommandations au comité d'orientation stratégique¹⁴⁰ de l'AFNOR relatif à ces technologies. Pour ce qui concerne l'internet, le Groupe d'experts français pour les standards de l'internet (GEFSI¹⁴¹) essaie de susciter une présence française plus importante au sein de l'IETF, notamment en soutenant financièrement les jeunes chercheurs pour qu'ils puissent participer aux différentes réunions de travail. Le GEFSI reçoit le soutien de la délégation générale à la langue française et du ministère des affaires étrangères.

Toutefois, l'activité de **veille culturelle et linguistique** sur l'ensemble des champs de normalisation et de standardisation est encore insuffisante dans notre pays, à la mesure de notre **faible présence dans les groupes de travail et les différents comités stratégiques**. Les initiatives existantes doivent être renforcées et recevoir tout le soutien financier des ministères techniques concernés, notamment les ministères chargés de l'industrie et de la technologie. Un soutien plus important de l'État permettrait notamment la participation aux travaux de normalisation de représentants d'utilisateurs et de consommateurs qui pourraient s'assurer que les normes élaborées favorisent l'intérêt général et non le seul intérêt industriel et commercial de quelques grands groupes.

La mission pour les technologies de l'information et de la communication récemment créée auprès du Premier ministre et la délégation générale à la langue française devraient assurer conjointement une bonne coordination interministérielle dans ce domaine.

Organiser une veille stratégique sur tous les secteurs de la normalisation et de la standardisation et soutenir financièrement la présence et les travaux d'experts français,

¹³⁹ <http://www.afnor.fr>

¹⁴⁰ Il s'agit du COS-TIC présidé par M. Bruno Fontaine. Le groupe ad-hoc plurilinguisme est présidé par M. Yves Neuville, Inspecteur général de l'éducation nationale.

¹⁴¹ Le GEFSI a un site hébergé par le chapitre français de l'internet society : <http://www.isoc.asso.fr/IETF/index.html>

c) Veiller à l'offre et au coût des télécommunications

Plus il y aura d'internautes francophones, plus il y aura de contenus francophones. En effet, des études récentes menées par les plus grands fournisseurs d'accès en France montrent que les internautes français recherchent de plus en plus des contenus en langue française : ceux-ci représentent 90% des contenus consultés aujourd'hui contre 66% il y a trois ans. Or, deux facteurs importants peuvent continuer de freiner le développement de l'internet dans notre pays : **la faiblesse des débits disponibles** pour la plupart des usagers et **l'absence d'offre forfaitaire de connexion**.

Certes, l'accès à l'internet en France n'est pas plus cher que dans les pays comparables. **Cependant, la facturation à la durée demeure dissuasive pour un grand nombre de ménages, qui craignent la "mauvaise surprise" de la facture téléphonique.** Des offres forfaitaires par le câble se développent, permettant également de meilleurs débits. Cependant, l'ensemble du territoire n'est pas câblé et ce mode d'accès concerne plus particulièrement les populations urbaines. Ne risquons-nous pas d'introduire une forme d'inégalité dans l'accès à l'internet ?

Des technologies comme l'ADSL¹⁴² (boucle locale¹⁴³ numérique asymétrique) permettent **à tout abonné au téléphone**, sans installation spécifique autre qu'un modem puissant, de se connecter à l'internet avec des débits très supérieurs à ceux autorisés aujourd'hui par le téléphone. Ces vitesses apportent un confort d'utilisation inégalé. France Télécom expérimente cette solution dans plusieurs villes de France¹⁴⁴. Une offre commerciale de tarification forfaitaire pourrait être développée pour ce type de technologie.

L'apparition d'offres forfaitaires en France, notamment par le câble, mais aussi par le téléphone, permettrait d'accroître le nombre d'internautes, leur temps moyen de connexion et donc la

¹⁴² Asynchronous Data Subscriber Line

¹⁴³ La boucle locale est la partie terminale du réseau téléphonique commuté classique, c'est à dire celle qui relie chaque abonné à son central téléphonique.

¹⁴⁴ 1050 abonnés à Noisy-Le-Grand, Rennes et Bourges.

consultation et la production de sites. Toutes les solutions doivent être étudiées pour cela

d) Développer et diffuser des savoir faire spécifiques

(1) Favoriser les techniques documentaires d'indexation

La société de l'information et des médias multiplie les besoins de médiateurs et donne ainsi au documentaliste une position clé. Nous aurons besoin de davantage de documentalistes francophones, mieux formés aux technologies de l'information. En outre, il est souhaitable que certaines des techniques qu'ils maîtrisent soient plus largement enseignées et diffusées : indexation, catalogage, etc. Car elles deviennent indispensables pour rechercher ou produire de l'information.

Les métiers de la documentation sont les guides de la société de l'information

Sur l'internet, le grand public est confronté à une masse d'informations qu'il doit gérer seul. **La médiation est inexistante ou frustrante.** Même des moteurs de recherches comme Altavista, Voilà, Lokace ou des répertoires comme Nomade, Yahoo, Magellan ne sont pas efficaces pour assurer à l'utilisateur qu'il trouvera facilement et rapidement l'information souhaitée. Les systèmes de diffusion d'information sur profils, à l'aide de mots clés, sont encore peu répandus et peu performants.

Les métiers de la documentation trouvent de ce fait un intérêt renouvelé car ils détiennent “ **les clés de la société de l'information** ”.

Développer de nouveaux types de compétences.

La documentation est presque devenue un nouveau métier. Les technologies imposent un certain nombre de mutations : informatique, internet, gestion de bases de données, connaissance de ressources distribuées, veille documentaire... La liste est longue. Les documentalistes maîtrisent les techniques de recherche et d'indexation qui permettent d'accéder rapidement aux informations pertinentes à partir d'une requête donnée, alors que dans la plupart des cas, le grand public tâtonne pour trouver ce qu'il cherche. Ils savent utiliser un thesaurus, manier les cotes. A défaut de maîtriser

de telles techniques, les recherches sont laborieuses voire inefficaces.

Un savoir utile au grand public

La médiation documentaire est fondamentale pour développer “ **une culture de l'information** ”. Les techniques de traitement de l'information, auparavant réservées à des spécialistes, nous concernent tous aujourd'hui. Il faut qu'elles soient plus largement diffusées.

Il convient de saluer à cet égard la liste de diffusion “ BIBLIO-FR¹⁴⁵ ” qui regroupe “ des bibliothécaires et des documentalistes francophones, ainsi que toutes les personnes intéressées par la diffusion électronique de l'information documentaire ”. Lancé en 1993, ce service permet des échanges en français entre ses abonnés. “ BIBLIO.FR ” a pour objectif “ d'assurer la présence sur le réseau informatique d'un regard francophone, notamment dans les domaines touchant à la circulation de l'information. ”

Il existe cependant un décalage entre l'information professionnelle et celle que le grand public peut souhaiter. Pour favoriser la diffusion des techniques documentaires, **l'édition d'un guide qui vulgariserait les principes de base de la recherche et de l'indexation de documents appliqués à l'internet serait certainement fort utile**. On pourrait envisager d'associer à cette initiative un forum de discussion ainsi qu'une rubrique traitant des “ questions les plus fréquemment posées ”. La participation d'un établissement prestigieux comme la Bibliothèque nationale de France assurerait certainement une bonne visibilité à ce guide.

Élaborer en partenariat avec la BNF un guide papier et électronique “ Indexez vos documents ”

Maîtriser la documentation, c'est savoir poser la bonne question et savoir bien se préparer aux questions qui vont être posées, toutes compétences essentielles dans la société de l'information. C'est une dimension que l'école devra toujours mieux prendre en compte. D'ores et déjà, la généralisation de ce type d'enseignement, dès l'école primaire, serait une bonne chose.

(2) Adapter la fonction publique aux technologies de l'information

¹⁴⁵ <http://www.cru.fr/listes/biblio-fr>

Le déploiement des technologies de l'information créent de nouveaux métiers : graphistes multimédia, intégrateurs multimédias, webmestres... Il accroît également la demande de compétences pour des métiers déjà connus qui **trouvent dans le multimédia un nouveau terrain d'expression**. C'est le cas des traducteurs, des journalistes, des juristes, et, nous l'avons vu, des documentalistes. Si l'Administration veut être exemplaire dans le développement de ces technologies, elle doit pouvoir employer et rémunérer de bons spécialistes.

Or, face à ces nouveaux métiers, les statuts de la fonction publique peuvent s'avérer inadaptés. Les compétences informatiques, en particulier celles acquises en interne, sont rarement valorisées, notamment en terme d'avancement ou de nomination à un grade supérieur. À l'heure actuelle, la fonction publique n'est pas toujours en mesure d'attirer ces nouveaux savoirs et ces nouveaux talents.

De surcroît, pour ce qui concerne nos Postes diplomatiques, ces activités étaient traditionnellement prises en charge, dans la plupart des cas, par **des coopérants du service national**, jeunes diplômés qui voyaient là une façon agréable et enrichissante de vivre leur passage sous les drapeaux. La réforme du service national va tarir cette source de compétences.

Il n'est pas souhaitable qu'une grande partie des tâches nouvelles liées à l'informatique et à l'internet dans l'Administration soient assurées par des vacataires en situation précaire ou par des agents qui se sont formés à ces techniques mais qui ne voient aucune évolution à leur carrière.

La fonction publique doit étudier la création d'un statut et d'une grille de rémunération adaptés aux métiers des technologies de l'information et de la communication

Un site à l'écoute des initiatives

La France peut se mettre à l'écoute des autres. Partout dans le monde, des projets se montent, à l'initiative de communautés francophones, pour informer ou pour aider à la diffusion

d'informations en langue française. Ces micro-projets sont souvent intéressants mais force est de constater qu'il est parfois difficile de les faire connaître.

Il serait utile de créer un site Web à disposition des projets et des initiatives venant de tous pays, relatifs au français ou à la France.

Les projets plus intéressants pourraient être renvoyés vers les dispositifs de soutien existants.

Cette initiative pourrait être prise par une association pour la promotion de l'internet français.

II. MIEUX SE PREPARER A L'INTERNATIONAL PAR LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION

Les technologies de l'information touchent directement notre imaginaire car elles nous permettent d'évoluer dans **un nouvel espace** sans les contraintes des fuseaux horaires et de la géographie. Concevoir, dans ce cadre, la présence internationale de la France, c'est **imaginer la promotion de fonctions nouvelles** qui font que ce qui est local " près de chez soi " se connecte à ce qui est local " là-bas " pour créer **les réseaux de l'interlocalité**.

" Toutes les cultures du monde sont révélées au monde "

Jacques Rigaud
in Naissance d'une civilisation, André
Danzin et Yves Brunsvick, collection Défis,
Éditions UNESCO

Mais “ L’interlocalité ” doit être mise au service **d’un projet social et politique qui favorise les synergies entre les réseaux “ physiques ” de solidarité, de création ou d’action qui s’organisent.** Ce n’est pas l’internet qui va faire tout cela. **L’internet à lui seul ne fait rien.** Un projet d’intérêt local ne va pas prendre une dimension internationale parce qu’il aura un site sur le réseau. Au contraire, on observe que le développement de l’internet s’effectue beaucoup sur les marchés et les échanges de proximité. En inventant d’autres types de coopération décentralisée et en imaginant ainsi de nouvelles formes de médiations, en acquérant des réflexes d’ouverture au monde, en traduisant du français vers les autres langues, la France pourrait aider à contrer cette **“ juxtaposition d’autismes ”** que Jacques Attali nous a décrite lors de son audition et **étendre sur la Toile les réseaux de la solidarité.**

A. Miser sur les réseaux : “ l’interlocalité ”

Les technologies de l’information **estompent les frontières entre ce qui est d’un strict intérêt local et ce qui peut avoir une audience internationale**. Il se tisse ainsi de nouveaux réseaux économiques, de nouveaux réseaux d’échanges d’informations et d’expériences, des réseaux de solidarité.

“ **Pas d’identité sans altérité** ” Bertrand Renouvin

La présence internationale de la France, c’est aussi la présence de l’international en France, par l’accueil que nous faisons aux étrangers sur notre sol, mais aussi dans notre esprit et dans notre culture. Pour être attractifs, il faut que nous soyons ouverts sur le monde et c’est cette ouverture là qui suscitera **le désir de France**.

Se tourner davantage vers l’international

Les Français n’ont pas encore suffisamment le réflexe de concevoir **un volet international à leurs projets et à leurs actions**. Or, l’internet ou les satellites permettent maintenant de donner plus facilement, plus rapidement et à moindre coût une dimension mondiale à un projet local.

Pour ce qui concerne les entreprises, saluons les initiatives récentes des Secrétariats d’État à l’industrie et au commerce extérieur pour la création, par les PME-PMI, de sites Web destinés à l’exportation avec une “ prime ” au plurilinguisme : “ **les Exportateurs sur la Toile**¹⁴⁶ ”. Saluons également la volonté forte du ministère chargé de l’enseignement supérieur et du ministère des affaires étrangères de promouvoir, notamment grâce à ces technologies, l’offre française de formation supérieure et la création, pour ce faire, d’un Groupement d’intérêt public **Édufrance**¹⁴⁷. Saluons également, par exemple, les aides à l’internationalisation de cédéroms culturels accordées par le Centre national de la cinématographie¹⁴⁸.

Il reste cependant beaucoup à imaginer. Il s’agit ainsi de donner aux médias locaux une dimension internationale, tout particulièrement à l’audiovisuel public. Il faut aussi **favoriser les pratiques de traduction**, qui sont insuffisamment développées et organisées. Il

¹⁴⁶ <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/expertoile/descriptif.htm>

¹⁴⁷ <http://www.edufrance.org/>

¹⁴⁸ <http://www.cnc.fr>

faudra aller plus loin en **encourageant la création d'entreprises spécialisées dans l'adaptation de produits ou d'offres pour des marchés étrangers**¹⁴⁹ et aider au développement de ces activités en soutenant de façon plus importante l'internationalisation des produits et des services multimédias.

1. **Donner aux médias locaux une dimension internationale**

Les médias locaux, régionaux, nationaux, peuvent toucher maintenant des cibles dans le monde entier. Certains opérateurs publics ou privés ont déjà mis en œuvre quelques stratégies particulièrement intéressantes. France-info¹⁵⁰, par exemple, diffuse aujourd'hui en temps réel sur le Web, RFO¹⁵¹ a défini des stratégies de " bassins géographiques " où les médias de la France d'Outre-mer assurent la promotion du métissage des langues et des cultures. Dans tous les cas, les médias français, notamment les médias publics, doivent élaborer **des stratégies offensives pour l'internet** et dégager pour cela les moyens nécessaires.

Il faut susciter cette marche vers l'international des médias locaux, faire comprendre les chances qui s'offrent aux médias français, quels qu'ils soient, d'acquérir une audience qu'ils n'ont jamais eue jusqu'à aujourd'hui. Dans ce cadre, la presse écrite et les journalistes doivent jouer un rôle de tout premier plan.

¹⁴⁹ Ce secteur d'activité est couramment appelé " localisation " et " internationalisation ".

¹⁵⁰ <http://www.radio-france.fr/france-info/>

¹⁵¹ <http://www.rfo.fr>

a) Renforcer le rôle international de la presse écrite et des journalistes

Dans la société de l'information numérique, **les journalistes jouent un rôle accru de médiateur** entre des sources d'informations nombreuses et des lecteurs submergés d'informations. Leur métier va changer, leurs techniques de **validation de l'information** également. Leur déontologie n'en sera que plus indispensable.

Plus il y aura de journalistes francophones sur l'internet, plus le français sera présent dans le monde. C'est en outre une certaine "**vision éditoriale**"¹⁵² française, une certaine façon de regarder le monde qui pourra se diffuser¹⁵³.

La presse française a acquis des compétences précieuses dans les services en ligne, grâce au Minitel, et **il est important qu'elle aborde l'internet avec confiance**. En outre, il est essentiel qu'elle "laisse entrer" dans la profession de nouveaux venus, dont certains n'utilisent que les supports électroniques, qui sont gages de renouveau et de vitalité.

Enjeux et perspectives

L'internet peut conquérir de nouveaux lecteurs pour la presse française, notamment ceux qui n'achètent pas aujourd'hui les éditions papier.

En tout premier lieu, il est important pour le lectorat francophone et francophile résidant à l'étranger que les titres français soient disponibles facilement. Dans sa dernière étude¹⁵⁴, l'institut Médiangles indique qu'un tiers des visites des sites d'information français viennent de l'étranger et que 30% de ces visiteurs sont des expatriés français. En outre, la presse en ligne permet d'offrir au lecteur une information personnalisée.

La presse en ligne est donc complémentaire de l'édition papier. L'éloignement géographique des lecteurs peut faire que la version électronique se substitue avantageusement à la version

¹⁵² Edmond Zucchelli, Europe 1

¹⁵³ Notons à cet égard que l'A.F.P. qui figure au rang des trois premières agences de presse mondiales, a vocation, en vertu de l'article 2 de ses statuts, à contribuer à la présence française dans le monde. L'A.F.P. est aujourd'hui accessible en 7 langues dont l'arabe et le chinois. (<http://www.afp.fr>)

¹⁵⁴ "La presse en ligne" Médiangles.

papier : on peut en effet s'interroger sur l'intérêt, à terme, pour un expatrié abonné à un quotidien français de ne le recevoir que plusieurs jours après sa date de parution.

Deux modèles économiques coexistent en matière de presse en ligne. **Les sites d'information peuvent être gratuits** et le financement est assuré **par la publicité**. Est-il cependant souhaitable que la presse en ligne soit financée exclusivement par la publicité ? Une telle perspective ne semble pas préoccuper outre mesure les internautes français puisque 71% d'entre eux “ déclarent préférer un financement des sites de presse exclusivement par la publicité ”¹⁵⁵ plutôt que de payer l'information en ligne. On peut également choisir une solution intermédiaire comme celle développée par le quotidien “ Le Monde¹⁵⁶ ”, dont **chaque édition peut être consultée gratuitement pendant six jours alors qu'au delà de cette limite, l'accès aux archives est payant**.

Il nous faut néanmoins constater que, malgré des actions très intéressantes, la presse française pourrait être mieux présente sur l'internet.

L'internet, facteur d'internationalisation de la presse

Pour atteindre des publics internationaux, il est nécessaire que la presse traduise un certain nombre de ses articles et les présente sur des sites plurilingues. Beaucoup d'entreprises de presse **n'ont pas encore de stratégie internationale dans ce domaine**. Faut-il traduire ? Dans quelle langue ? Quelles contenus, quels articles, quelles rubriques ? Il est vrai que l'adoption de démarches plurilingues représente un coût important, pour des résultats commerciaux qui restent à trouver.

L'internet est également l'outil idéal pour engager une coopération internationale entre certains titres. Ainsi, le ministère des affaires étrangères et le ministère de la culture et de la communication pourraient favoriser **la reprise d'articles de la presse française dans des quotidiens étrangers**, ce dans des langues locales.

La traduction et l'internationalisation des sites internet des entreprises de presse doivent être prises en compte dans les aides à la presse existantes

¹⁵⁵ Selon l'étude menée par Médiangles “ la presse en ligne ”

¹⁵⁶ <http://www.lemonde.fr/>

D'une façon plus générale, les pouvoirs publics doivent contribuer à la diversification des services de presse traditionnels vers des éditions en ligne et au développement de nouveaux types de services. Cet objectif doit être intégré dans la politique de modernisation de la presse française et, à ce titre, il serait opportun que le fonds de modernisation de la presse¹⁵⁷, issu de la taxe de 1% touchant le hors média, puisse bénéficier à la modernisation des salles de rédaction et à la numérisation des archives, mais également aux opérations de mise en ligne des contenus, et le cas échéant, de facturation de ceux-ci. En effet, s'adapter à l'internet et développer des nouveaux supports d'expression pour nos titres fait aussi partie du processus de modernisation de la presse.

La création de sites internet doit être prise en compte dans le fonds de modernisation de la presse

Laisser entrer de nouveaux acteurs

Aujourd'hui, il se crée des supports de presse qui n'utilisent pas le support papier et qui ne sont pas issus d'entreprises de presse existantes. Les plus connus d'entre eux sont sans doute "Le petit bouquet" ou "The Virtual baguette". D'autres revues spécialisées connaissent une diffusion en ligne qui leur assure une notoriété et un lectorat beaucoup plus important que leur diffusion papier. Ainsi, le Bulletin du CNRS "LMB-Actu", rédigé par Alain Simeray,¹⁵⁸ est devenu une des sources d'information sur l'internet et le multimédia les plus appréciées, tant des entreprises que de l'Administration.

Or, celles-ci ne bénéficient d'aucun des avantages accordés à la presse classique car le statut d'entreprise de presse ne leur est pas entièrement adapté. Certes, ce qu'il est convenu d'appeler les aides

¹⁵⁷ Sont éligibles à ce fonds, les agences de presse et les entreprises de presse éditrices d'au moins une publication quotidienne ou assimilée d'informations politiques et générales inscrites auprès de la CPPAP. Le fonds presse multimédia, géré par l'Institut de financement des industries culturelles et du cinéma est destiné aux journaux et magazines "offrant leurs contenus sur les nouveaux supports numériques", et octroie des avances remboursables.

¹⁵⁸ <http://www.lmb.cnrs.fr/Webdo.html>. **Une seconde pour la francophonie :** Dernièrement, Alain Simeray, constatant que les sites Web étaient trop longs à charger, à cause d'images "lourdes" ou d'applications "Java" du meilleur effet mais grandes consommatrices de bande passante, a eu l'idée de proposer aux webmasters francophones de tenter de réduire d'une seconde le temps de téléchargement de la page d'accueil de leur site. Il a appelé cette action : **une seconde pour la francophonie**. Espérons qu'il sera entendu.

à la presse trouvent surtout leur mode d'application dans le support papier. Tel est le cas de l'aide postale. La récente attribution d'un numéro de Commission Paritaire des publications et agences de presse (CPPAP) à l'entreprise " Infonie " pour ses activités d'agence d'information constitue un prémice d'évolution¹⁵⁹.

Il serait également souhaitable que la carte de presse puisse être attribuée, sous certaines conditions, aux journalistes travaillant pour ces publications électroniques. Il est nécessaire de réfléchir à une définition du journaliste qui prenne mieux en compte le multimédia. Aujourd'hui, la définition du journaliste est donnée par l'article L 761-2 du code du travail qui dispose : " le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs publications quotidiennes ou périodiques, une ou plusieurs agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources ". Dans le cas du journaliste audiovisuel, on avait procédé par assimilation sans retoucher au code du travail via la loi du 29 juillet 1982. Afin de prendre en compte légalement la situation du journaliste multimédia, il serait peut-être plus opportun de ne pas procéder une nouvelle fois par assimilation, mais de retoucher le code du travail. **Il serait sans doute intéressant d'étudier comment définir la profession de journaliste autrement qu'en la subordonnant à la définition de l'entreprise qui l'emploie.**

Engager une réflexion sur le statut d'une " entreprise de presse en ligne " et sur les critères de définition du journaliste pour le multimédia

b) Tourner l'audiovisuel public vers l'extérieur

Dans un marché en pleine expansion, les médias audiovisuels doivent avoir une stratégie internationale. Ils peuvent, pour cela, tirer profit des possibilités offertes dès maintenant par l'internet pour la **promotion de leur offre et prendre ainsi en compte les modes de diffusion directe qu'il permettra bientôt.**

Les technologies numériques multiplient les capacités de diffusion de programmes audiovisuels et provoquent une croissance forte de ce marché, qui est désormais un secteur à part entière dans les stratégies de croissance et d'emploi. Il a réalisé en

¹⁵⁹ En novembre 1997

1997 un chiffre d'affaires de 186 milliards de francs, en croissance de 22 % sur la période 1994-1997¹⁶⁰. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), gourmandes en programmes audiovisuels, que ce soit pour les cédéroms ou les services en ligne dont l'internet, représentent une part croissante de ce marché.

La présence internationale des acteurs français peut se faire par la médiation des médias français à vocation internationale : TV5¹⁶¹, CFI¹⁶², RFI¹⁶³, mais elle peut également s'effectuer dans **un cadre de diffusion directe qui tend à se développer. Toutefois, les opérateurs publics et les opérateurs privés ont tous vocation à prendre place sur le marché mondialisé de l'audiovisuel**, en utilisant les technologies de l'information et de la communication. Pour les seuls opérateurs publics, nous pouvons citer par exemple la Sept-Arte qui a conclu des accords avec plusieurs télévisions d'Europe centrale et orientale qui reprennent certains de ses programmes, ou Réseau France Outre-mer¹⁶⁴ (RFO), qui au titre de son cahier des charges, doit assurer le rayonnement de ses programmes dans les régions où se trouvent implantées ses neufs stations.

Dans ce cadre concurrentiel, la promotion raisonnée de l'offre française à l'international peut être considérée comme une mission de service public qui nécessite un effort coordonné de communication et d'information à destination du public potentiel : publicité, revues propres, mécénat, etc. Depuis quelques années, apparaît également un début de **stratégie de promotion de l'offre et de présence sur l'internet**. Cette stratégie est plus ou moins développée selon les chaînes et les stations.

Dans le foisonnement du Web, l'ensemble de ces démarches, qui s'inscrivent dans des logiques d'opérateurs, ne sont pas coordonnées entre elles et risquent de manquer de visibilité. Il n'existe pas, à notre connaissance, de **stratégie commune de présentation sur le Web de l'ensemble de l'offre audiovisuelle française**, télévisions et radios, ni surtout la présentation simple et pratique des différents modes d'accès selon les zones géographiques. **La présentation de l'ensemble des programmes français sur l'internet, tant en direction du grand public que des professionnels, est une mission** qui doit être prise en charge ou suscitée par l'Administration.

¹⁶⁰ Étude de l'IDATE. Novembre 1997

¹⁶¹ <http://www.tv5.org/>

¹⁶² <http://www.parisnet.com/french/news/cfi/cfi.htm>

¹⁶³ <http://www.rfi.fr>

¹⁶⁴ <http://www.rfo.fr/>

Susciter la création d'un site "portail" de l'audiovisuel français

(1) Proposer de nouveaux services qui créent des ressources nouvelles

L'audiovisuel public a beaucoup à gagner en développant une stratégie de présence forte sur l'offre numérique et sur l'internet.

En premier lieu, les capacités de diffusion offertes par ces technologies peuvent lui permettre de mieux remplir son rôle. Par exemple, les possibilités de diffusions multiples sur plusieurs canaux pourraient, à terme, lui permettre de mieux tenir compte des modes de vie des Français et de leurs horaires beaucoup plus diversifiés qu'il y a vingt ou trente ans. La multiplication des canaux peut favoriser la rediffusion des émissions de qualité. De la même façon, jusqu'à présent, France Télévision¹⁶⁵ n'a pas voulu ou n'a pas pu être à l'origine de chaînes thématiques. Elle s'est même désengagée de chaînes auxquelles elle participait auparavant. **Il y a des domaines d'intérêt général que le service public ne doit pas désert.** Avec l'éducation, La Cinquième¹⁶⁶ a brillamment démontré qu'une télévision publique thématique de qualité était possible.

Inciter l'audiovisuel public à lancer des services thématiques

De surcroît, l'audiovisuel public peut trouver dans les modes de diffusion numérique de nouvelles sources de financement s'il sait faire preuve d'imagination, voire d'audace. Aujourd'hui, l'audiovisuel en général est financé à hauteur de 20 % par la redevance, de 50 % par les ressources publicitaires et de 30 % par d'autres produits, dont le péage. Tout semble indiquer que dans les cinq prochaines années, la redevance, qui augmentera nécessairement moins rapidement que les besoins de l'audiovisuel public, ne constituera plus que 15 % du financement global et que les 85 % restants seront équilibrés entre la publicité et les nouveaux services. **La recherche d'une "troisième ressource", pour l'audiovisuel public, par les nouveaux services doit donc être privilégiée.**

¹⁶⁵ <http://www.francetv.fr/index2.htm>

¹⁶⁶ <http://www.lacinquieme.fr/>

Pour ce faire, deux pistes pourraient être empruntées. Avant tout, **l'audiovisuel public doit devenir un véritable exportateur de programmes**. Mais il doit également **développer de nouveaux services**. Aujourd'hui l'internet n'est pas une source de revenus mais les modèles économiques sont en train d'évoluer et offrent des potentialités importantes. Il faut investir maintenant pour occuper des niches qui seront rentables à terme et qui, dans deux ans, seront plus difficiles à prendre. Rien n'empêche le service public, dès lors que sa mission est assurée, de **développer grâce au numérique des services à la carte de qualité, innovants, créatifs et payants**. Cela contribuerait à **renforcer le pôle public de l'audiovisuel et lui fixerait des objectifs industriels ambitieux**.

Inciter l'audiovisuel public à développer de nouveaux services dans l'objectif de trouver de nouvelles ressources

(2) Faire de la présence sur l'internet un choix stratégique

Aujourd'hui, tous les médias, audiovisuels ou non, peuvent et doivent élaborer une stratégie de diffusion en dehors de leurs aires " naturelles ". Déjà, la plupart des chaînes de production de programmes sont entièrement numériques. Il s'agit ensuite de choisir le type de diffusion : satellite, câble, internet, diffusion hertzienne terrestre (onde courte, onde moyenne, modulation de fréquence). L'abondance même de ces modes de diffusion rend toujours plus importantes les stratégies de présence et de promotion et place au coeur de ces problématiques la maîtrise des négociations des droits de diffusion et de représentation.

Par l'internet et non pas sur l'internet

Beaucoup de raisonnements autour de l'internet et de la télévision conduisent à s'interroger sur la convergence ou non de l'ordinateur et du téléviseur. Ces raisonnements occultent le fait que, comme le rappelle Joël de Rosnay, l'internet n'est pas un réseau, mais un protocole de communication, qui permet de transporter, sur des supports divers, de l'information sous forme numérique. À ce titre, la possibilité de rendre disponible des programmes vidéo, non pas **sur** l'internet, mais **par** l'internet, n'est pas une question de " récepteur " mais seulement une question de débit et de choix industriels et commerciaux des principaux opérateurs. Ce qui, dès aujourd'hui, est possible pour le son sera demain possible pour l'image animée de bonne qualité. Nous devons nous y préparer dès maintenant.

Ainsi, désormais, **la diffusion directe par le Web** fait partie des stratégies d'évolution de nombreux acteurs de ce secteur. Un nombre croissant de chaînes étrangères se mettent en ligne en continu ou à la demande, dans des formats adaptés à ce support. C'est le cas, par exemple, de CNN, de FOX (voir sur ce point le site <http://www.ComFm.fr/sites> qui recense les télévisions et les radios accessibles en direct ou à la demande sur le réseau).

En France, ce mouvement semble avoir commencé à partir du second semestre de 1998. Le projet "CanalWeb¹⁶⁷", porté par l'un des fondateurs du Courrier International¹⁶⁸, a pour ambition de proposer une télévision spécifiquement dédiée à l'internet. TF1¹⁶⁹ a annoncé fin septembre qu'il entendait devenir un producteur de contenus multimédia, à travers un service en ligne sur lequel travaille Anne Sinclair. Pour ces opérateurs, les évolutions technologiques conduiront inéluctablement, avec une qualité proche de celle des médias traditionnels, à la diffusion à la demande de programmes audiovisuels, par des outils standardisés fondés sur le protocole "IP" de l'internet.

Cependant, la France reste trop peu présente dans ce paysage : 18 sites radios recensés (contre 63 pour le seul Brésil) et moins d'une dizaine d'opérateurs de télévision. Pour ne parler que des télévisions publiques, le site de France 2¹⁷⁰ permet la consultation des seuls journaux du matin et d'une partie du journal de 13 h ; celui de France 3¹⁷¹ ne programme que son 19-20 et une partie de ses éditions régionales. La seule initiative de diffusion TV en continu (LCI¹⁷²) a cessé après sa phase expérimentale.

Les opérateurs publics doivent prendre en compte cette nouvelle donne à laquelle il n'est plus temps de croire ou de ne pas croire. Il convient d'introduire progressivement ce vecteur de diffusion dans les plans de diffusion des opérateurs de radio et de télévision sous la forme de téléchargement de certaines émissions dans un premier temps, sous réserve, bien évidemment, que les droits aient été négociés.

Il est nécessaire que la loi sur l'audiovisuel public fasse inscrire, de façon plus précise, dans le cahier des charges des

¹⁶⁷ <http://www.canalweb.net/>

¹⁶⁸ <http://www.courrierint.com/>

¹⁶⁹ <http://www.tf1.fr>

¹⁷⁰ <http://www.france2.fr/>

¹⁷¹ <http://www.france3.fr/>

¹⁷² <http://infos.tf1.fr/sommaire.htm>

chaînes publiques l'obligation de diffusion d'une partie de leurs programmes sur les nouveaux supports et tout particulièrement sur l'internet

Ces possibilités nouvelles de diffusions ciblées, répondant à la demande des utilisateurs, permettront également aux chaînes publiques de **diversifier leur offre** et de **trouver des ressources supplémentaires**. Un exemple : il y a certainement un public potentiel, en dehors de la Bretagne, pour le journal régional de France3, dans les autres régions de France, proches ou éloignées, mais aussi partout dans le monde. Seule une diffusion à la demande, par le canal satellitaire ou par l'internet, et **pourquoi pas payante puisque le service public aura été rendu en "première utilisation"**, pourrait répondre à cette demande là.

La réflexion doit également porter sur **le développement de banques de programmes**. Si l'architecture technique complexe de la Banque de programmes et de services de la Cinquième (B.P.S.¹⁷³), devra progressivement évoluer vers les protocoles de l'internet à mesure que les débits s'amélioreront, sa mise en œuvre permet néanmoins à cette chaîne de développer en interne des compétences qui se révéleront précieuses. À très court terme, il convient d'encourager plus fortement la diffusion à l'international de la B.P.S. Elle peut participer de façon importante à l'effort de valorisation des programmes français et francophones.

Toutes ces évolutions doivent aussi nous conduire à **imaginer**, à plus ou moins long terme, **l'évolution de médias à vocation internationale comme TV5-CFI ou RFI dans les stratégies publiques de présence audiovisuelle extérieure**. Les opérateurs nationaux ont une vocation légitime à conserver leurs droits de diffusion à l'international afin de pouvoir valoriser leur marque puis de rentabiliser leurs investissements en matière de production à un moment où l'explosion des capacités de diffusion leur permet d'espérer une relation directe avec les marchés étrangers.

Il n'en reste pas moins que ces diffuseurs spécialisés ont été créés parce que les droits des programmes diffusés nationalement n'étaient souvent pas disponibles pour l'international, d'où la nécessité de concevoir des grilles spécifiques. En radio, les chaînes de Radio-France ont désormais vocation à être diffusées à l'étranger, de même que RFI trouve son audience en France même, par la diffusion en langue étrangère de ses programmes en français destinés à des auditeurs intéressés par les questions internationales.

¹⁷³ <http://194.3.140.205/bps/>

Une évolution rapide et continue est souhaitable, qui visera à **clarifier les rôles respectifs des chaînes de diffusion en continu et des services en ligne**. D'ores et déjà, il faut le faire pour les services de soutien à l'enseignement. Ceux-ci, assumés aujourd'hui par les médias classiques, alourdissent leurs grilles d'émission et brouillent leur image. Toute personne qui, dans un hôtel de pays lointain, a assisté, à une heure du matin, à un cours de mathématiques sur TV5 comprendra pleinement le sens de cette réflexion.

Enfin, **la souplesse d'usage du Web autorise la conception de versions multilingues des services proposés et l'établissement de liens réciproques entre sites de langues différentes**. Ces sites devraient pouvoir bénéficier de l'appui d'un fonds public pour l'internationalisation des contenus numériques français et francophones.

(3) Mettre en place un réseau national de recherche en audiovisuel

La recherche et développement dans le domaine audiovisuel est particulièrement active dans notre pays. Elle a pour objectif d'élaborer les techniques qui permettront de produire et de diffuser les programmes audiovisuels et multimédias de demain dans un environnement "tout numérique". Ces recherches concernent principalement trois "coeurs" de métiers : **la production**, l'optimisation des méthodes de production, l'image de synthèse, l'animation, la capture de mouvement, les studios virtuels, etc. ; **la diffusion ou la mise à disposition**, notamment pour une déclinaison "multisupport" des programmes produits ; tout ce qui concerne **l'accès à l'information**, notamment son référencement donc la recherche en ingénierie documentaire appliquée au multimédia.

La France dispose de compétences certaines dans ce domaine : de nombreuses petites sociétés de haute technologie très compétentes sur ces sujets, plusieurs centres de recherche spécialisés sur les technologies de l'image, notamment l'INRIA¹⁷⁴, l'IMAG¹⁷⁵ de Grenoble ou l'Institut de recherche en informatique de Toulouse¹⁷⁶, mais aussi toutes les écoles d'art et d'art appliqué qui s'intéressent aux technologies, par exemple l'École des Gobelins. En outre,

¹⁷⁴ INRIA : Institut national de recherche en informatique et en automatique

<http://www.inria.fr>

¹⁷⁵ <http://www.imag.fr/internet/>

¹⁷⁶ <http://www.irit.fr/>

l'Institut national de l'audiovisuel (INA¹⁷⁷) conduit des activités de recherche dans le domaine de l'audiovisuel¹⁷⁸. Certaines chaînes, publiques ou privées, ainsi que des offreurs de “bouquets” numériques réalisent ou font réaliser des recherches dans ce domaine.

Or, il n'existe aujourd'hui aucun lien ni aucune concertation entre ces activités de recherche, et, en tout cas, aucune stratégie qui permette d'espérer parvenir à un ensemble de solutions génériques d'intérêt commun.

Conscients de ces enjeux, le ministère de la culture et de la communication et le secrétariat d'État à l'industrie ont le projet de créer **un dispositif de soutien particulier** à ces activités de recherche et développement. Il faut saluer cette initiative intéressante tout en souhaitant que le projet envisagé puisse prendre en compte l'ensemble des activités de recherche en audiovisuel, principalement celles liées à la production, **grâce à une implication forte des acteurs importants publics et privés du secteur, notamment l'INA et les “diffuseurs”**. Ceux-ci devraient **nécessairement** être présents dans le comité d'orientation du dispositif qui sera mis en place. Celui-ci pourrait d'ailleurs être étendu à d'autres grands producteurs de programmes numériques tels la Bibliothèque nationale de France ou même de grands musées.

Il s'agit ainsi, plus qu'une procédure d'aide supplémentaire, d'imaginer un réseau national de recherche en audiovisuel (RNRA) sur le modèle de ce qui a été fait dans le domaine des télécommunications¹⁷⁹. Il serait doté, certes, de moyens, mais aussi de procédures collégiales qui permettent de définir les priorités de la recherche. Seul un tel réseau sera capable, parce qu'il aura une vue sur l'ensemble de la chaîne de production et de diffusion de programmes, d'opérer les choix adéquats. À défaut de cette mise en réseau, on peut craindre que ce dispositif supplémentaire n'atteigne pas entièrement ses objectifs.

¹⁷⁷ <http://www.ina.fr>

¹⁷⁸ La loi N°86-1067 du 30 septembre 86 dispose que l'INA assure ou fait assurer des recherches sur la production, la création et la communication audiovisuelles et produire des oeuvres et documents audiovisuels en liaison avec ses activités de recherche et d'exploitation des archives audiovisuelles. Disposition reprise dans le décret.

¹⁷⁹ Le RNRT est pourvu d'un comité d'orientation où siègent les laboratoires de recherche, les industriels du secteur, les syndicats professionnels, les entreprises de capital risque, les opérateurs de télécommunications et les représentants des administrations et des organismes publics. (<http://www.telecom.gouv.fr/rnrt/>)

Créer un réseau national de recherche en audiovisuel fédérant l'ensemble des acteurs concernés

c) Mieux utiliser l'internet pour promouvoir le cinéma français

Le cinéma est un monde en soi qui aurait, selon Daniel Toscan du Plantier, “ une vieille névrose avec l'électronique ”. Cependant, **le Web et l'internet ne lui sont pas étrangers**. Il suffit de regarder les affiches des films pour remarquer qu'y fleurissent les adresses de sites internet. Ces sites Web sont, selon les cas, de simples outils promotionnels ou, quand ils sont plus élaborés, de véritables produits dérivés. Dans ce nouveau paysage, **le cinéma français a toutes ses chances**. Il ne manque pas de notoriété. Il a son public, partout dans le monde et notamment aux États-Unis. Certes, c'est un public de niche, mais c'est aussi un public d'élite, tant nos films ont la réputation d'être “ intellectuels ”, sans doute un peu “ bavards¹⁸⁰ ” et “ compliqués ”. **Notre cinéma est une marque**.

Le développement des bouquets de chaînes numériques peut permettre à ces amoureux du cinéma français, nécessairement frustrés par la faible diffusion de nos films en salle, de les voir, de revoir les anciens et de faire connaissance avec un jeune cinéma particulièrement brillant et innovant. À ce titre, l'idée de Jean Stock¹⁸¹ de créer, grâce à CFI, une “ salle de cinéma virtuelle ” est particulièrement attrayante. Elle consisterait à “ transporter ”, grâce aux infrastructures satellitaires de CFI, des “ paquets ” de programmes de deux heures cryptés organisés autour d'un film. Ces programmes seraient ensuite cédés aux chaînes à péage des États-Unis et du Canada, qui constituent dans ce secteur un marché directeur.

Dans ce mouvement de diversification de l'offre, qui voit renaître des cinémas nationaux, tel le cinéma anglais, le cinéma français devient un bon produit. Sa production et sa diffusion étant soutenues par un dispositif d'aide pérenne, il peut devenir le premier cinéma non anglophone.

¹⁸⁰ “ Le rêve français de la société parlante ” dit D. Toscan du Plantier.

¹⁸¹ Jean Stock, nouveau président de TV5 et de CFI, ancien directeur d'antenne de la chaîne privée M6

Unifrance, l'organisme chargé de la promotion du cinéma français à l'étranger a lancé en mai 1997 un site Web¹⁸² qui a pour cible les professionnels français et étrangers du cinéma. Il comporte neuf rubriques reprenant l'essentiel de ses actions : festivals, marchés, événements. Il présente également l'activité cinématographique française : box-office, tournages et post-productions, sorties...

Il serait sans doute nécessaire d'inciter davantage **les producteurs de films français** à réaliser, pour chacun de leurs films, **des sites Web promotionnels ou dérivés** et de les inclure dans leurs stratégies de communication. De même, il est envisageable que soit créé un site Web présentant, chaque semaine, les sorties de films en salle et le nombre d'entrées réalisées, ce critère étant désormais un élément majeur des stratégies commerciales, tout particulièrement pour la vente ultérieure des versions vidéo. De fait, il serait souhaitable que ce type d'actions puisse être pris en compte par le dispositif de soutien du cinéma français et que le Centre national de la cinématographie soit le support de ces initiatives.

Inciter les producteurs de films français à réaliser des sites Web pour chacun de leurs films

2. Assurer aux acteurs locaux une dimension internationale

L'internet n'a pas inventé la mise en réseau et ce n'est pas l'internet seul qui fait les communautés de goût, d'intérêt, de pensée et d'action. En revanche, conçu comme instrument au service des réseaux, l'internet, (Web, courrier électronique, conversation en direct, téléphonie, visioconférence), est un formidable vecteur de démultiplication des énergies, des actions et des réalisations.

Comme nous l'avons dit plus haut, l'internet marchand, avec un peu d'aide, parviendra à trouver son économie. En revanche, **l'internet non marchand**, véritable cheville ouvrière de cette société de l'information solidaire qu'évoque le programme d'action gouvernemental, **ne pourra survivre sans des actions volontaristes de l'État** et ne pourra se déployer facilement et rapidement dans "l'interlocal" sans l'aide de la médiation des administrations concernées.

¹⁸² <http://www.unifrance.org>

Est-ce que l'Universel est un trou noir pour toutes les spécificité et toutes les diversités. Ou bien est-ce le dernier refuge de l'homme, chassé de son terrain naturel par la violence de l'abstraction et la logique du marché ? Autrement dit, quelle est la vraie nature de l'Universel ? Un rouleau compresseur des différences ou bien l'essence même de toute véritable culture, de ce qui rend toute culture communicable aux autres cultures ? Ne nous leurrons pas, des contradictions multiples rendent difficiles cette " éthique universelle ".

Philippe Quéau *in* Identité culturelle et éthique de l'universel¹⁸³

a) Développer le partenariat entre l'État et les associations citoyennes

Nous pouvons aujourd'hui, pour ce qui concerne l'espace numérique, **renforcer notre diplomatie grâce à des synergies harmonieuses entre la société civile et l'Administration**, par de nouvelles alliances entre l'État et les associations. Ces réseaux d'expression de la citoyenneté ne peuvent nous laisser indifférents. Beaucoup de ces associations, parce qu'elles ont l'ambition de "**dire autrement le monde**" atteignent l'ensemble des champs de réflexion politiques et sociaux. Elles encouragent d'autres pratiques sociales et culturelles, d'autres modes de participation.

VECAM¹⁸⁴ : Veille européenne et citoyenne sur les autoroutes de l'information et le multimédia.

Vecam est une association créée à la veille de la réunion du " G7 " sur la société de l'information en février 1995, pour attirer l'attention des États sur le fait que la citoyenneté et la démocratie sont liées à l'évolution des systèmes de communication. "**Si les citoyens ne parviennent pas à s'approprier ces technologies, le risque est grand de les voir exclusivement utilisées à des fins de simple consommation marchande.**"

Vecam considère que les technologies de la communication peuvent devenir le levier d'une **démocratie** qui donne plus de place à la

¹⁸³ <http://www.regards.cnrs.fr/africanti/text01.html>

¹⁸⁴ VECAM : <http://www.vecam.org>

participation, notamment dans le cadre de la construction de l'Union européenne.

Dans cet esprit, VECAM est membre fondateur de **l'Alliance européenne des réseaux citoyens**.

Pour ces associations, le Web est certes un lieu de ressources documentaires mais surtout **un outil de mise en réseau et de communication**. Plus encore que pour les contenus d'intérêt général, ces associations, pour obtenir un soutien pour des **"services" d'intérêt général**, ont des difficultés à trouver des interlocuteurs publics.

Quels sont leurs besoins ?

En 1998, l'association Vecam a mené une large enquête auprès de structures associatives afin de déterminer quels rapports elles entretenaient avec l'internet et quelles pouvaient être leurs attentes face à ce nouveau média.

Il ressort de cette enquête que les demandes de soutien des associations portent sur trois secteurs principaux : des demandes d'aide à l'équipement, moins l'équipement de base que l'équipement de serveurs locaux ; des demandes d'organisation d'événements, telle la fête de l'internet, qui permettent de présenter les expériences et les usages et surtout, des demandes de **mutualisation de services**, notamment pour la formation, les services techniques de haut niveau, l'entretien et l'évolution du matériel.

GlobeNet

Association à but non lucratif, elle aide les associations à monter des projets internet. À travers son propre serveur, elle leur offre un accès à l'internet et héberge leurs sites Web.

Aujourd'hui, elle héberge les sites Web de plus d'une trentaine d'associations. Elle agit comme un véritable fournisseur d'accès à l'internet alternatif.

GlobeNet¹⁸⁵ a été fondée en 1996.

Il serait sans doute important également de soutenir ou de susciter **des projets de coopération entre fournisseurs d'accès à**

¹⁸⁵ GlobeNet : <http://www.globenet.org>

l'internet indépendants et associatifs, seuls garants d'une alternative aux prestataires commerciaux. Il y en a plusieurs aujourd'hui en France. Il est essentiel qu'ils puissent survivre dans la phase actuelle de développement accéléré du réseau.

Les aider à porter leurs idées vers l'international

Ces associations citoyennes¹⁸⁶ peuvent porter dans des lieux où l'État ne va pas, ou va difficilement, les messages d'une société de l'information républicaine.

Il convient d'étudier les moyens de mieux les aider à être présentes voire jouer un rôle moteur dans les réseaux de concertation internationaux qui se mettent en place : voyages, facilités diverses, subventions fléchées pour les actions vers l'international. Il était, par exemple, particulièrement important que des associations françaises soient présentes en octobre dernier à Ottawa à la réunion informelle qui se tenait en marge du Sommet de l'OCDE sur le commerce électronique. Certaines y étaient mais il n'est pas certain que les représentants français de la réunion formelle en aient été avertis et s'y soient intéressés.

Les Fora des *villages* et *cités* du monde

En août 1997, dans le sud de la France, s'est déroulée la rencontre de fondation des Fora des *villages* et *cités* du monde, à l'initiative du Groupe de Lisbonne, du journal *Les périphériques vous parlent*¹⁸⁷ et du Forum Civique Européen.

L'idée est d'identifier et de réunir les initiatives en faveur, partout dans le monde, d'un "devenir citoyen", impliquant en particulier des populations ordinairement exclues de tous les processus de décision et parfois d'information.

Quatre "villages" se sont proposés pour organiser les prochaines rencontres : Saint-Denis, en France ; le centre international *Martin Luther King* pour la paix à Kigali au Rwanda, le groupe *Mahaleo* à Madagascar, et *Solidarité rurale et éducation planétaire* à l'université de Montréal au Québec.

¹⁸⁶ Certaines de ces associations ont organisé le 7 novembre 1998 les premières Assises de l'internet non marchand et solidaire à l'Assemblée nationale (<http://www.assises.sgdg.org/>)

¹⁸⁷ <http://www.globenet.org/periph/de/villages/frvmhome.html>

Aujourd'hui, le projet de rencontre en France semble malheureusement rencontrer quelques difficultés.

Les pouvoirs publics doivent devenir les partenaires de l'action internationale des associations qui militent pour la citoyenneté

Les listes de diffusion : l'intelligence partagée

Historiquement et fonctionnellement, le succès de l'internet, c'est d'abord **le courrier électronique**, les forums de discussion et les listes de diffusion. Les logiciels de gestion de listes de diffusion permettent d'automatiser les fonctions nécessaires pour diriger un message à une liste d'abonnés : ce sont **des logiciels de publipostage électronique**. Les messages échangés sont les liens vivants entre des groupes partageant des intérêts communs.

Les francophones et notamment les Français investissent peu les forums (Usenet). Y écrit-on trop en anglais ? Est-ce un choix des **fournisseurs d'accès publics et privés ? Peu importe. En revanche, les francophones sont gros consommateurs de courrier électronique et ont créé un grand nombre de listes de diffusion.**

Depuis plusieurs années, le Comité réseau des universités de Rennes¹⁸⁸, avec de faibles moyens, mène une action exemplaire pour la création de ces listes francophones, de l'hébergement de leurs archives et pour le développement d'outils conviviaux de gestion pour leurs administrateurs. C'est ainsi qu'un logiciel entièrement en français : SYMPA, a pu être développé.

Il est essentiel de consolider et de renforcer les actions du comité réseau des universités, tant en équipement qu'en force de travail.

¹⁸⁸ <http://www.cru.fr/listes/>

Renforcer le comité réseau des universités dans ses actions en faveur des listes de diffusion francophones en le dotant de moyens plus importants

b) Promouvoir la coopération décentralisée

Connecter le local au local c'est aussi développer la coopération entre les collectivités territoriales françaises et étrangères. La coopération décentralisée peut devenir un facteur important de la présence internationale de la France et de la francophonie. Charles Josselin, ministre délégué à la coopération et à la francophonie en a fait une des priorités de sa politique.

Institutionnellement, les initiatives de ce type relèvent sans ambiguïté de la compétence des collectivités locales¹⁸⁹.

Les expériences récentes visant à donner plus **de cohérence à la coopération décentralisée** ont mis en évidence le besoin d'une information diffusée plus largement.

Au niveau régional, pour ce qui concerne la francophonie, ce sont la région Limousin et la ville de Limoges qui se sont sans aucun doute les plus engagées notamment grâce à l'organisation de manifestations importantes et d'échanges culturels constants. En outre, la bibliothèque municipale de Limoges est ainsi un "pôle associé" de la BNF pour la francophonie.

De l'étranger vers la France, certains centres culturels et de coopération à l'étranger ont entrepris des démarches systématiques pour favoriser et valoriser la coopération avec des collectivités locales. Citons par exemple le Poste du Vietnam, qui a édité un cédérom sur la coopération des régions françaises avec ce pays.

Une base de données riche mais un besoin de cohérence

L'aide des pouvoirs publics aux projets de coopération décentralisée est soumise à différents critères géographiques et sectoriels. Le ministère des affaires étrangères accorde un "label France" aux

¹⁸⁹ Lois de décentralisation de 1982 et de 1992 relatives à la décentralisation et aux actions de coopération internationale à l'étranger des collectivités territoriales.

projets retenus et leur financement est déconcentré au niveau des préfectures de région.

Le soutien des pouvoirs publics serait bien plus efficace si les élus disposaient d'une base de données présentant les différentes procédures, le cadre réglementaire, la liste par pays des projets en cours de réalisation... Ces informations sont aujourd'hui disponibles dans une base de données au sein du ministère des affaires étrangères mais ne sont pas rendues publiques.

Créer un site interactif, "site internet de la coopération décentralisée", qui présente les procédures existantes ainsi que les différents projets en cours

Il serait en outre souhaitable d'étudier la mise en œuvre de mesures incitatives pour que les projets retenus prennent en compte les technologies de l'information : réalisation de sites Web, échanges électroniques, etc.

Ce site pourrait s'inspirer du modèle que constitue le site "www.internet.gouv.fr", site d'information général sur la mise en œuvre du programme d'action gouvernemental pour la société de l'information.

c) Assurer la présence sur l'internet des organisations de solidarité internationale

De très nombreuses organisations de solidarité internationale, non gouvernementales, ont leur siège en France. Elles sont un vecteur important de la présence internationale de notre pays. Elles sont souvent attachées à ce que notre langue soit employée dans leurs réunions internationales. Elles constituent incontestablement des alliés de notre action extérieure.

Peu d'entre elles utilisent encore l'internet. Il ne serait pas difficile de mettre en œuvre un site Web regroupant l'ensemble de ces organisations et de leur proposer d'héberger et de mettre en ligne une page d'accueil et un certain nombre de leurs textes et de leurs rapports. Il pourrait même être envisagé d'accorder une adresse électronique aux membres de leurs bureaux.

Créer un site Web pour les organisations de solidarité internationale qui ont leur siège en France

“ Les Fruits du b@obab¹⁹⁰ ”

Les “ Fruits du b@obab ” est un projet imaginé par trois jeunes Français passionnés d'Afrique. Il a pour objectif, au cours d'un voyage, de sensibiliser des enfants d'Afrique à leur patrimoine, de les placer dans une démarche active : prises de vues, réalisation de documents.

Un tel projet pourrait être réalisé sans l'internet. L'utilisation du réseau permet cependant de lui donner une autre dimension. Il tire parti des liens entre la France et l'Afrique :

“ Vivre à Paris aujourd'hui, c'est côtoyer une mosaïque de peuples et s'enrichir quotidiennement de sa diversité. De la Goutte d'or aux musées d'arts premiers, de Ménilmontant aux communautés africaines, Paris nous offre des portes ouvertes sur l'Afrique. ”

Le travail effectué se fait en même temps en France et en Afrique, réunissant sur l'internet des enfants d'écoles d'ici et de là-bas : échanges de courrier électronique, conversations en direct, construction d'un site Web. L'internet a facilité la recherche de partenaires en Afrique : écoles, accueil, etc. S'appuyant sur les points d'accès à l'internet mis en place par l'Agence universitaire de la francophonie, les porteurs du projets ont pu trouver des contacts sur les campus universitaires africains.

Un projet exemplaire : “ Ce qui rassemble ces différents peuples à Paris comme en Afrique francophone, c'est avant tout la langue. ” Le projet “ Les Fruits du b@obab ” ne se pose pas la question de la vitalité de la francophonie. Il constate la vivacité des liens tissés entre l'Afrique et la France, matérialisés par le partage du français, et s'inscrit dès lors dans une démarche d'échanges, sans complexes, en français et sur l'internet. Le projet lie harmonieusement l'éducation, l'éveil au patrimoine et la création (les enfants sont invités à réaliser des photographies à l'aide d'un “ sténopé ”).

Les institutions : le Rectorat de Paris, l'Agence universitaire de la francophonie, jouent le jeu de la médiation, elles rendent les choses possible.

¹⁹⁰ Mél. : fbaobab@club-internet.fr

B. Accueillir les autres

Pour mieux promouvoir la France à l'étranger, il faut d'abord que nous soyons capables d'accueillir les autres, en traduisant et en adaptant nos contenus dans d'autres cultures, et en multipliant les possibilités d'accueil pour les étudiants et les touristes.

1. Devenir un peuple traducteur

Les Français ont pris de mauvaises habitudes. **Longtemps détenteurs d'une langue internationale, langue du commerce et de la diplomatie, ils se sont contentés de communiquer en français.** Confrontés à la prédominance de l'anglais, ils se contentent aujourd'hui souvent... de l'anglais, sans se soucier par exemple de savoir si un client mexicain apprécie vraiment que l'on s'adresse à lui dans la langue des "Gringos". On a même vu certaines grandes entreprises françaises implantées à l'étranger s'adresser en anglais à l'Ambassadeur de France ! Dans le même temps, la Grande Bretagne lançait un programme national important en direction des entreprises et notamment des PME-PMI britanniques pour les inciter à attaquer les marchés dans la langue de leurs clients : "language in business"¹⁹¹. Gageons que ce qui vaut pour les entreprises d'outre Manche, dont on suppose que tous les employés parlent anglais, peut également valoir pour les entreprises françaises.

" Une langue sera d'autant plus forte qu'elle sera traduite. "

Jacques Attali au cours de son audition

a) Donner à l'Administration la capacité de traduire

Le programme d'action gouvernemental pour la société de l'information indique que les sites Web de l'Administration devront être traduits dans plusieurs langues. C'est une mesure particulièrement importante car elle oblige les services concernés à s'organiser pour faire effectuer les traductions nécessaires, mais elles les amène également à **réfléchir à la façon de gérer des**

¹⁹¹ " les langues dans les pratiques commerciales "

messages en plusieurs langues. Nous devons constater qu'aujourd'hui, **l'Administration française est particulièrement démunie face aux besoins de traduction**¹⁹² et cela suscite une certaine inquiétude, notamment dans le cadre de la construction de l'Europe, au moment même où celle-ci va s'élargir vers d'autres pays et d'autres langues. Dans son rapport au Premier ministre sur l'utilisation des technologies de l'information dans l'Administration, Jean-Paul Baquiast¹⁹³ a déjà souligné l'importance de ces enjeux.

Les outils d'aide à la traduction disponibles maintenant sur le marché ne sont pas, en l'état, capables de donner des résultats de qualité suffisante pour une publication. Ils offrent cependant une aide tout à fait appréciable lorsqu'il s'agit de **comprendre** un texte en langue étrangère. Il faut encourager l'utilisation de tels outils dans l'Administration.

Une campagne d'expérimentation d'outils d'aide à la traduction doit être conduite dans l'Administration

Pour ce qui concerne les publications, de la simple lettre ou note administrative au rapport volumineux, les outils d'aide à la traduction ne peuvent remplacer **la traduction humaine effectuée par un professionnel. Il sera donc indispensable d'augmenter le nombre des traducteurs dans l'administration.** On pourrait certes imaginer la création d'un centre de traduction interministériel et parier qu'à peine ouvert, il ne suffirait pas à la demande. Sur ce sujet assez nouveau pour l'Administration française, qui est un sujet important **pour la réforme de l'État, soyons imaginatifs et innovants et mettons en pratique le travail en réseau.** La délégation générale à la langue française, qui a déjà proposé un certain nombre d'actions dans ce domaine, pourrait être chargée de lancer cette action.

On peut ainsi imaginer, qu'à partir d'une cellule restreinte, abritée, par exemple, au Service d'information du gouvernement, soit mis en place un réseau de traducteurs, publics et privés, qui s'appuierait sur les pôles de compétence que constituent aujourd'hui les services de traduction des ministères des finances et des affaires étrangères, qui tirerait profit, grâce aux réseaux, des compétences et des capacités

¹⁹² Il n'existe que deux services de traduction pour l'Administration, un au ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, un autre au ministère des affaires étrangères, qui assure aussi les traductions pour la Présidence de la République et pour les services du Premier ministre. À notre connaissance, il n'existe rien à l'échelle déconcentrée.

¹⁹³ <http://www.premier-ministre.gouv.fr/DOSACTU/baquiast/interview/oudart/index.htm>

de traduction disponibles dans les Postes diplomatiques, qui, enfin, rechercherait les synergies possibles avec les services de traduction des institutions européennes, de loin les plus importants du monde, et ceux des organisations internationales où le français est langue officielle ou de travail. **Ce pourrait être un projet exemplaire pour l'usage des technologies de l'information, pour la réforme de l'État et pour la promotion du plurilinguisme.**

Créer un pôle de compétences en traduction à l'usage de l'Administration, qui utilise les techniques de travail en réseau et les possibilités offertes par les outils d'aide à la traduction

Pour ce qui concerne le secteur privé, un dispositif équivalent pourrait être mis en œuvre par les chambres de commerce et d'industrie, appuyé sur le réseau des chambres de commerce "franco-étrangères", afin de fournir des services de traduction aux PME-PMI. Il s'agirait bien évidemment d'aider l'offre privée de traduction à se structurer et d'en faire la promotion auprès des entreprises, et non de faire une concurrence déloyale aux traducteurs et aux entreprises de traduction.

b) Favoriser le développement d'une industrie de l'internationalisation et de la localisation

Il y aurait certainement beaucoup d'autres actions à mener pour renforcer l'industrie de la traduction en France, formation des traducteurs et organisation de leur professions, etc. Il y a toutefois un secteur particulier sur lequel nous souhaitons attirer l'attention du gouvernement : **l'industrie de l'internationalisation et de la localisation de produits et de services informatiques et multimédias**. Comme l'indique Bertrand de Pétigny, spécialiste de ces questions, traduire les informations contenues dans un site ou un cédérom ne suffit pas. Il distingue plusieurs phases dans la "localisation"¹⁹⁴ d'un produit multimédia : la traduction, l'adaptation, les interventions artistiques et techniques, l'intégration et les tests, la réalisation de l'environnement papier (boîte, mode d'emploi, etc.), les actions de communication et d'accompagnement du produit. "La traduction n'est que la partie visible de l'iceberg." ajoute-t-il. La

¹⁹⁴ Nous garderons dans ce rapport l'anglicisme informatique "localisation" et le verbe "localiser" qui nous paraît aisément compréhensible et fait écho de façon amusante au concept d'interlocalité que nous avons défini plus haut.

localisation d'un produit multimédia dans une langue représenterait 10 à 12% du budget total de réalisation de ce produit.

On comprendra aisément que ces tâches doivent être prises en charge par **des entreprises qualifiées de haute technicité qui effectuent un travail à forte valeur ajoutée**. En Europe, c'est l'Irlande qui a compris le plus tôt l'intérêt de susciter le développement de ce type d'activités sur son territoire par différentes mesures incitatives dont des mesures fiscales, pendant que, dans le même temps, la majorité des entreprises françaises de ce secteur étaient rachetées en quelques mois par des entreprises étrangères.

Il faut que le développement de ce type d'activités soit encouragé dans notre stratégie industrielle liée aux technologies de l'information.

Encourager le développement d'une industrie de la localisation et de l'internationalisation de produits multimédias

Les différentes actions relatives à la traduction et à l'internationalisation des produits multimédias en ligne et hors ligne, prévues dans ce rapport, devraient **accroître la demande** de ce type de services. Après avoir rencontré les entreprises de ce secteur, les ministères concernés (industrie, affaires étrangères, culture et communication) devront étudier comment mettre en œuvre avec elles des procédures de certification garantissant la qualité des prestations fournies¹⁹⁵, ainsi que la mise en œuvre des modes de soutien et d'incitation les plus adéquats.

c) Coordonner les fonds de soutien pour l'internationalisation

La nécessité de **soutenir l'internationalisation de produits et de services multimédias en ligne et hors ligne** apparaît dans de nombreuses parties de ce rapport, que ce soit pour les produits culturels, pour les sites commerciaux, pour les cédéroms ou pour la presse. Dès lors, deux options se présentent : créer un grand fonds largement doté ou créer plusieurs "volets" internationalisation dans les fonds existants.

¹⁹⁵ Il existe des normes "ISO 9000" qui certifient les procédures de qualité des entreprises, notamment des entreprises de service.

La deuxième solution l'emportera sans aucun doute : elle a l'avantage d'être plus souple et plus facile à mettre en œuvre. Elle a aussi l'avantage de respecter les "susceptibilités" des différentes administrations concernées. Cependant, **il faut imaginer une coordination entre ces fonds**, pour la constitution des dossiers, pour la définition des critères d'attribution, pour les procédures d'instruction des projets. Pourquoi ne pas imposer une réunion semestrielle des gestionnaires de l'ensemble de ces fonds, afin qu'ils puissent s'assurer que tous les types de demandes qui présentent de l'intérêt sont pris en compte par les dispositifs de soutien. Encore une fois, il s'agit également d'innover dans les pratiques administratives.

L'important est de s'assurer que les projets commerciaux ou non marchands, que les produits en ligne et hors ligne, que la presse et les sites relatifs à l'audiovisuel pourront obtenir un soutien pour leurs traductions ou leurs adaptations...

Créer systématiquement des volets " internationalisation " aux fonds de soutien pour le multimédia et concevoir une coordination entre eux

2. Accueillir et garder le contact

a) Accueillir les étudiants et les chercheurs

Il ne servirait à rien de promouvoir la France, sa culture et son offre d'éducation si nos frontières restaient fermées aux étudiants étrangers ou si nous les accueillions mal. Sur ce plan, depuis peu, les choses se sont améliorées et nos Postes consulaires ont reçu de nouvelles consignes. Il est particulièrement judicieux d'avoir associé les services culturels à l'instruction des demandes de visas et à leur octroi. La diversification de types de visas délivrés aux étudiants est aussi une bonne chose.

Il reste également beaucoup à faire dans **le suivi des étudiants que nous avons accueillis en France**, une fois qu'ils sont rentrés dans leur pays. Alors que les Allemands ont le DAAD (Deutscher

Akademischer Austauschdienst¹⁹⁶) pour gérer l'ensemble de la politique des boursiers, notre pays, malgré de nombreuses tentatives, n'a pas encore mis en place un système performant pour garder le contact avec les étudiants, boursiers ou non, qui ont étudié en France. L'internet est une solution efficace pour remédier à cette défaillance.

Il est nécessaire de mettre en œuvre **un grand site de service et d'accueil pour les étudiants étrangers qui ont étudié en France**. Ce site de ressources, de services et de renseignements, outre les forums qu'il pourrait proposer, pourrait aisément et rapidement déboucher sur des éditions électroniques scientifiques de qualité¹⁹⁷. **La réalisation d'un tel projet doit attirer toute l'attention de l'Administration afin qu'il soit conçu d'emblée de façon suffisamment ambitieuse**. Un projet est mené par l'Actim¹⁹⁸, pour ses stagiaires, un autre est commandé à l'ADIT¹⁹⁹. Il serait souhaitable qu'ils soient, au moins, "interopérables", au mieux qu'ils soient réalisés en commun.

Souhaitons enfin que ce site puisse accueillir également les plus anciens de ceux qui ont fréquenté nos universités.

Concevoir un site d'accueil et de suivi des personnes ayant effectué leurs études ou des stages en France

b) Accueillir les touristes dans leur langue

Dans le cadre d'une stratégie internationale, la promotion de notre offre touristique est essentielle. Chaque touriste étranger qui a visité la France peut devenir à son retour un ambassadeur de notre pays... ou un détracteur féroce, s'il a été mal accueilli.

Le tourisme occupe déjà une place importante sur le réseau. Ce secteur constitue un point d'entrée vers de nombreux domaines économiques : transports, hôtellerie, industrie culturelle, gastronomie, etc. Selon certains, 5% de l'offre de services disponible en ligne serait consacrée au tourisme. À titre indicatif, en 1997 ce ne sont pas moins de **66,8 millions** de touristes étrangers qui sont venus en France, permettant de générer 161 milliards de francs de recettes en devises.

¹⁹⁶ <http://www2.daad.de/index.html>

¹⁹⁷ Ce site devrait être articulé avec " France.fr ", site " portail " général

¹⁹⁸ <http://www.cfme-actim.com/>

¹⁹⁹ <http://www.adit.fr/>

Développer l'accueil des touristes.

En premier lieu, nous devons prendre l'habitude d'accueillir nos visiteurs dans leur langue. Les mesures prévues par la loi " Toubon " sur le plurilinguisme des inscriptions et annonces sont une bonne chose et il faut saluer les efforts de la RATP et la SNCF sur ces points²⁰⁰. C'est **une stratégie de développement de services qui doit nous guider**. Il faut multiplier les informations concrètes et les liens hypertextes. Sur ce point le secrétariat d'État au tourisme²⁰¹ a montré l'exemple sur son site internet, relié à la Fédération nationale des offices du tourisme et au serveur " Maisons de la France ".

Développer le plurilinguisme des sites est essentiel. Les collectivités locales sont souvent à l'origine de projets multimédias innovants. Par exemple, **l'Office du Tourisme d'Aix-Les-Bains**²⁰², à l'occasion de l'année du Japon, **a traduit toutes ses brochures touristiques en japonais** et a proposé **une version japonaise du site internet de son office du tourisme**. Le site est également consultable en français et en anglais.

Comment régler le problème de www.France.com ?

Lorsque l'on entre comme URL (adresse sur l'internet) le mot " France ", l'internaute est systématiquement renvoyé vers le site " www.France.com ". **Ce site privé, qui voudrait être une vitrine de la France**, aborde de nombreux sujets relatifs à la France et donne la possibilité d'acheter des livres et des disques d'artistes français ou francophones. Dans l'état actuel du Web, " www.France.com " est le site sur la France le plus visible. Malheureusement, ce site renvoie **une image caricaturale de la France** en véhiculant des préjugés sur le comportement des français. De surcroît, il n'est pas mis à jour régulièrement. Enfin, les informations sont de piètre qualité. Peut-être serait-il nécessaire d'entamer des négociations afin de racheter le nom de domaine " www.France.com ". Dans tous les cas, il est urgent de construire un site portail multilingue sur le tourisme en France.

Construire un site portail de la France touristique consultable dans plusieurs langues (français, allemand, anglais, espagnol, japonais)

²⁰⁰ sauf sur leurs sites internet qui sont bilingues !

²⁰¹ <http://www.tourisme.gouv.fr>

²⁰² <http://aixlesbains.com>

Les technologies de l'information et de la communication peuvent également contribuer à fidéliser nos touristes. Un petit guide touristique pourrait avoir une page détachable, avec un questionnaire de satisfaction, que les visiteurs auraient la possibilité de déposer dans les offices du tourisme. **Les touristes pourraient transmettre à cette occasion leur adresse électronique,** afin de recevoir chaque année des informations sur la ville où ils ont séjourné (présentation des manifestations, nouveaux hôtels, loisirs), mais aussi faire part de leurs remarques.

III. DEVELOPPER DE NOUVELLES STRATEGIES D'EXPORTATION

Quels médias et quelles stratégies la France met-elle en œuvre pour se porter vers les autres ? Plus que beaucoup d'autres pays, seule ou avec ses partenaires francophones, elle a créé des chaînes de télévision : TV5, Canal France international (CFI) qui ont pour mission spécifique d'assurer une diffusion vers l'international. **Le ministère des affaires étrangères,** qui bénéficie de la compétence des informaticiens que sont les chiffreurs, a été l'un des premiers à mettre en ligne **un site internet en quatre langues**²⁰³ particulièrement riche. La base de données des déclarations de politique étrangère françaises et des points de presse du Quai d'Orsay reste, à ce jour, inégalée dans le paysage internet administratif français.

La France a aujourd'hui des stratégies multiples parce qu'elle-même est multiple. La France est européenne mais elle est aussi latine et il y a beaucoup à faire encore pour construire la latinité de l'Europe. La France est francophone mais elle est aussi méditerranéenne et il faut redoubler d'efforts pour arrimer le français aux langues de la Méditerranée, et en tout premier lieu à la langue arabe. La France entretient avec l'Afrique des relations parfois tumultueuses, mais fortes et chaleureuses, fondées sur la solidarité. La France entretient des liens étroits avec l'Amérique grâce au Québec, en premier lieu, mais aussi parce que l'histoire de France et l'histoire de toute l'Amérique ont toujours été alliées sur le socle de la démocratie. La France se porte aussi vers d'autres régions où elle est moins connue, avec lesquelles elle souhaite nouer des relations neuves d'échanges et de partenariats.

²⁰³ <http://www.diplomatie.fr>

Jacques Attali pense que la société de l'information nous fera **nomades et de plusieurs tribus**. Donnons à notre pays le goût du nomadisme. **Il peut être aujourd'hui le nomade du cyber-espace.**

A. Utiliser l'audiovisuel extérieur et les médias à vocation internationale

Ce sont d'abord et avant tout des médias à vocation internationale qui portent la France et la francophonie à travers le monde. L'arrivée du numérique et du satellite leur donne une nouvelle chance. Jusqu'à présent, la géographie de ces médias était plus une géographie politique qu'une géographie des publics. Il est maintenant possible de marier ces deux approches.

L'audiovisuel extérieur, un élément majeur de la politique étrangère de la France

La radio et la télévision sont des vecteurs essentiels de la présence culturelle française à travers le monde. Les produits audiovisuels sont également des agents d'influence diplomatique et de pénétration économique efficaces. Depuis plus d'un demi siècle, les États-Unis ont fait de leur présence cinématographique et audiovisuelle un axe fort de leur présence dans le monde et ils en ont tiré des bénéfices politiques indéniables.

Culture, diplomatie, économie, ces trois objectifs sont au coeur de la démarche publique en matière d'action audiovisuelle extérieure et fondent le rattachement de celle-ci au ministre des affaires étrangères. C'est également pour poursuivre ces objectifs que la France, seule ou avec des partenaires francophones, a créé ou contribué à la création de médias à vocation internationale : Radio France internationale (RFI), TV5 et Canal France international (CFI) sont les plus importants d'entre-eux.

Conscient des enjeux économiques de l'audiovisuel dans un contexte de mondialisation de l'offre et de la diffusion de programmes, Hubert Védrine a annoncé, en avril 1998, une réforme importante qui repose sur **trois axes d'actions prioritaires. En premier lieu, c'est la rationalisation des structures** qui conduit à une recomposition du capital de TV5²⁰⁴, une réorganisation du périmètre d'action de TV5 et de CFI sous la houlette d'un président commun, Jean STOCK.

²⁰⁴France-Télévision détiendra désormais 35 % du capital de TV5 et le pôle constitué par la SEPT-ARTE et la Cinquième 25 %

Il s'agit également de **renforcer le soutien à l'exportation des programmes** en adaptant les dispositifs d'aide au commerce extérieur, conçus essentiellement pour les entreprises industrielles, aux spécificités des entreprises de production audiovisuelle. En outre, l'appui des pouvoirs publics à l'association professionnelle qui coordonne les efforts des entreprises exportatrices de programmes audiovisuels (TVFI) sera accrue afin de **favoriser la diffusion d'émissions françaises sur les chaînes nationales étrangères**.

Enfin, l'État aidera financièrement les chaînes françaises qui le souhaitent à **louer des capacités de diffusion analogique ou numérique sur satellite**. En 1997, un bouquet de programmes à destination de l'Afrique a ainsi pu être lancé. Une expérience identique pourrait être conduite en direction du Maghreb.

Une nouvelle souplesse de diffusion

Les technologies numériques appliquées à la diffusion de programmes audiovisuels par câble, satellite, voire grâce à des systèmes hertziens numériques apportent de nouvelles possibilités aux médias à vocation internationale.

Ces technologies introduisent davantage de souplesse dans la programmation et permettent de définir des cibles de publics plus précises, par zone géographique ou même par type de clientèle²⁰⁵. Elles améliorent les relations commerciales avec les chaînes clientes et le transport de programmes (CFI et dans une moindre mesure la BPS). L'internet, quant à lui, permet de mieux informer le public sur les programmes et les activités de la chaîne ou de la station. Pour ce qui concerne la radio, l'internet permet déjà une diffusion en continu (Cf. supra).

1. Privilégier l'exportation des programmes

C'est sans doute pour **l'exportation de ses programmes que la France doit fournir les plus gros efforts**. C'est un secteur de développement commercial majeur où les États-Unis, qui contrôlent 60% des échanges, ont une position dominante. Pour le moment,

²⁰⁵ **Jean Stock**, le nouveau Président de TV5 et de CFI, a présenté les projet d'entreprise de TV5 et de CFI en octobre 1998, qui ont notamment pour objet d'améliorer la programmation de TV5 (**modulation des programmes selon les zones géographiques, accent porté sur l'information**) et sa stratégie marketing. CFI verra renforcer son action de banque de programmes, son activité de diffusion directe sur l'Afrique devant se coordonner avec celle de TV5 Afrique.

nous exportons surtout vers le marché européen (76% de nos exportations) et seulement 7% vers l'Amérique du nord, pourtant gros consommateur de télévision²⁰⁶. Au total, le montant des ventes à l'étranger d'œuvres audiovisuelles françaises a été évalué à 583 MF²⁰⁷ en 1997 (1,36 Milliard de Francs si l'on y ajoute les préventes à l'étranger, les coproductions avec des partenaires étrangers et la vente d'émissions de flux). Cette concentration des exportations françaises représente une faiblesse dans un marché qui diversifie ses sources d'approvisionnements et qui voit notamment régresser la part des programmes américains dans les achats des nouveaux programmes par les diffuseurs, au profit de productions nationales ou de productions de pays voisins. Ainsi, le Royaume Uni, l'Allemagne, le Canada et l'Amérique latine exportent de plus en plus²⁰⁸.

L'internet constitue un outil supplémentaire pour l'exportation des programmes français : il autorise la constitution de banques de données sur l'ensemble des produits audiovisuels ainsi que sur les détenteurs des droits, immédiatement consultables par les acheteurs potentiels. À ce titre, l'internet apparaît comme **une interface commerciale de première importance**. Il permettra également, au fur et à mesure que les débits augmenteront de manière homogène, des stratégies de démonstration (bandes annonces, extraits) à l'image de ce que le site de RFI dédié à la chanson française réalise (RFI.2²⁰⁹ propose 150 chanteurs au travers d'extraits musicaux, de biographies etc.), et de distribution des programmes à destination des professionnels (par téléchargement).

TVFI, CFI entretiennent depuis plusieurs années des banques de programmes qu'elles ont pour mission de vendre à l'étranger. Il convient de valoriser ces ressources. Une telle évolution suppose que soit résolue la question des droits. Elle suppose également que, compte tenu des enjeux, **le régime français des aides à l'exportation soit ouvert plus largement aux produits audiovisuels** (et de manière générale aux produits culturels). Il est souhaitable que la Direction des relations économiques extérieures (D.R.E.E.) lance rapidement un groupe de réflexion sur ce thème.

²⁰⁶ l'Asie et l'Océanie (8,5%). L'Amérique latine ne représente que 7% des exportations.

²⁰⁷ Étude de l'Institut national de l'audiovisuel (INA), du Centre national de la cinématographie (CNC) et de Télévision France international (TVFI)

²⁰⁸ Étude "New on the air" Médiamétrie, Eurodata TV et Imca, réalisée entre septembre 1997 et mai 1998

²⁰⁹ <http://www.rfimusique.com/fr/>

Il serait souhaitable d'étudier une ouverture plus large aux produits audiovisuels des aides à l'exportation

Rappelons également que l'Union Européenne fait des NTIC, dans le cadre de ses orientations en matière de croissance et d'emploi, un enjeu important et réfléchit à de nouvelles modalités de financement des contenus audiovisuels, y compris sous la forme d'aides à l'exportation extra communautaire.

2. Développer l'information en continu

L'internet, le Web en particulier, est un outil d'information. C'est avant tout de l'information que les internautes recherchent et c'est elle qui permet de rendre un site séduisant et de fidéliser une fréquentation.

Des sites français d'information continue sur l'internet ont émergé récemment. France-info²¹⁰ peut maintenant être entendue en temps réel sur l'internet partout dans le monde. Le groupe Lagardère a lancé début septembre 1998 le site " EuropeInfos.com²¹¹ " piloté par sa filiale Groslier-Interactive et édité par la rédaction d'Europe 1. Ce site permet d'accéder à des textes et à du son. L'image animée viendra par la suite. R.T.L.²¹² a également lancé son site et TF1²¹³ a pour objectif d'être le premier site francophone d'information.

Un certain manque d'ambition

Dans leur définition actuelle, la plupart de ces sites sont à vocation limitée. Ces projets se présentent comme le complément " nouvelles technologies " de chaînes ou de radios nationales ou locales, sans qu'il soit réellement possible aujourd'hui de faire la part entre un volontarisme de mode (" il faut en être ") et la définition réelle d'un axe de développement²¹⁴. Ces sites visent prioritairement le public national, ou encore, pour ce qui concerne, par exemple, certains aspects du projet " CanalWeb ", une clientèle locale. Aucun n'a à ce stade, de véritable ambition internationale. Les formats (sujets, présentations, langues d'accès) sont prioritairement tournés vers la France.

²¹⁰ <http://www.radio-france.fr/france-info>

²¹¹ <http://www.europeinfos.com/>

²¹² <http://www.rtl.fr/>

²¹³ infos.tf1.fr/

²¹⁴ Cela ne semble pas être le cas pour le projet d'Europe 1

Or, par delà les aspects strictement économiques et industriels, dont nous avons souligné plus haut l'importance croissante, la présence audiovisuelle internationale d'un pays occupe une place particulière dans les stratégies des États. Cette présence permet de donner un point de vue sur les événements et montre la place que l'on entend occuper sur la scène internationale.

Aujourd'hui, seule RFI a produit un effort important pour proposer sur l'internet une information internationale renouvelée régulièrement et en plusieurs langues : français, anglais, espagnol, portugais et chinois. L'internet vient ici en complément des modes de diffusion classiques et parfois même en lieu et place, notamment dans les zones géographiques où les ondes courtes passent mal et où il n'existe pas de reprise par des radios locales en modulation de fréquence. C'est le cas notamment en Amérique du Sud.

L'engagement de RFI pour la diffusion d'informations sur l'internet est un atout. Sur cette base, il est permis d'envisager **la création d'un site public d'informations en continu**, proposant à la fois des images, des sons, et des services d'extension documentaire. Un tel projet paraît plus réaliste, compte tenu des coûts en présence, que le projet de chaîne de télévision d'information en continu, dit " CNN à la française ", envisagé un temps dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel extérieur et qui a été abandonné car il ne présentait aucune perspective de rentabilité. **Ce site public d'information permettrait, pour moins de 20 MF d'investissements, d'assurer une présence française de qualité, visant le public international**²¹⁵.

Créer, en mettant en synergie plusieurs acteurs publics, un site Web d'informations en continu

Un tel projet pourrait s'appuyer sur les structures existantes : RFI, qui pourrait y consacrer les économies tirées de la fermeture de ses émetteurs en onde courte ; TV5, qui a renforcé son équipe de rédaction au cours de l'année 1997, qui réalise ses propres bulletins

²¹⁵ Une telle orientation est d'autant plus adaptée aux possibilités de financement qu'en matière de télévision - tout info, le paysage européen compte déjà de nombreux produits, comme Euronews, Sky news ou BBC World, ou de nouveaux arrivés, comme l'allemand NTV, News - 24 de la BBC, LCI en France (ou Télé Lyon en matière d'informations régionales) et qu'il faudrait un effort d'investissement beaucoup plus lourd pour imposer une chaîne publique francophone face à cette concurrence.

d'informations et qui met ses programmes sur serveur informatique ; mais aussi les diffuseurs publics nationaux comme Radio-France ou la Sept-Arte et France-télévision.

Il serait souhaitable que l'A.F.P. participe à ce projet tout en préservant son propre développement commercial. L'A.F.P.²¹⁶, présente dans 165 pays, emploie 1.150 journalistes, et a une clientèle composée de 1.050 abonnés dans les médias (650 journaux et périodiques, 400 stations de radio et télévision). Elle diffuse 1 million de mots par jour en 6 langues, dont 250 photos, 20 graphiques et 15 chroniques radio. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 1,2 MdF en 1997.

L'arrivée de l'internet est un défi pour l'A.F.P. et elle le sait. L'internet suscite une forte concurrence sur le marché de l'information en ligne. Les agences de traitement de l'information, avec la technologie dite du " Push ", sont accessibles gratuitement sur le réseau et permettent à l'utilisateur de sélectionner et d'organiser une information sur mesure.

L'A.F.P. doit faire avec l'internet, elle peut y être leader et étendre son champ d'action si elle en fait le choix stratégique. L'enjeu pour la présence internationale de notre pays est évident. L'A.F.P. est l'une des dernières agences mondiales de presse qui ne soit pas anglo-saxonne. L'internet peut permettre à l'AFP de réduire ses coûts de diffusion, d'offrir de nouveaux produits (dossiers de fond, information économique développée) à de nouveaux tarifs.

B. Favoriser la promotion et la diffusion

Il nous est rapidement apparu, au cours de notre mission, qu'il y avait quelque chose de désagréable dans l'idée de " rayonnement " de la France, comme s'il suffisait d'être au monde pour attirer les autres, vague scorie du Roi Soleil. Il ne peut plus être question aujourd'hui de rayonnement spontané ou acquis de notre pays. **Nous serons jugés sur la qualité de notre offre, sur sa présentation et sur les stratégies que nous aurons trouvées pour la promouvoir.**

²¹⁶ <http://www.afp.fr>

1. Miser sur les portails et sur les sites de référence

a) S'appuyer sur les marques

Dans le foisonnement des contenus sur l'internet, les internautes ont besoin de repères. Les marques déposées françaises les plus connues peuvent constituer des repères bien visibles. Elles ne manquent pas : Bic, Carrefour, Danone, Lu, Moulinex, Perrier, Ricard, etc. Elles représentent la France. Les marques de services prennent également de plus en plus d'importance à l'international : Axa, Bouygues, France-Télécom, Publicis, etc. Nous avons vu avec " Sorbonne internationale " que les marques " historiques " gardent tout leur intérêt.

Pour que les **marques françaises** deviennent des **marques mondiales**, il faut **étendre leur protection au niveau européen et mondial** et contrôler leur utilisation sur l'internet. L'État devrait sans doute **inciter les entreprises à déposer leurs marques au niveau international et les encourager à protéger leur nom sur l'internet à l'échelle mondiale.**

De même, sur l'internet, il est urgent de réserver les marques clés du patrimoine public sur les différentes terminaisons (.com, .net, .org, .fr, etc.). L'exemple de " france.com " est, à cet égard, édifiant. (Cf. supra) Une marque comme " la Sorbonne " devrait être réservée dès aujourd'hui sur " .net " et " .edu ", avant même que toute ouverture de site ne soit prévue.

Des portails et des sites de référence

Comme nous l'avons suggéré pour le tourisme ou pour le sport, il serait souhaitable de privilégier les **" portails " intuitifs** pour l'internaute et de leur délivrer un label qui attesterait du respect d'une charte de qualité. Ces démarches sont de la responsabilité des associations professionnelles, qu'il convient de sensibiliser à ces enjeux.

A côté des portails consacrés à des " thèmes ", il existe aussi des " portails " généralistes, points d'entrée clairement identifiés, que les internautes visitent régulièrement. Ce sont parfois des sites de moteurs de recherche ou encore des sites professionnels, points de passage obligés pour des praticiens qui veulent se tenir informés de l'évolution de leur métier.

Par ses dispositifs de soutien à la production de contenus, la France doit privilégier les sites “ portails ”. Ces sites donnent à la France des positions de référence qui sont à prendre dès maintenant. (Cf. les moteurs de recherche). Comme le souligne Jean Postaire, directeur général de Nomade²¹⁷, la page “ réponse ” de ce guide français est vue 150.000 fois par jour alors que le trottoir nord des Champs Élysées voit passer 30 à 40.000 personnes. Nous devons être présents maintenant sur ces sites généralistes, portes d’entrée sur le Web, qui constituent les “ Champs Élysées ” de l’internet.

Des “ anneaux francophones ”

En outre, **les stratégies de maillage des sites francophones** doivent être encouragées, notamment la réalisation “ d’anneaux ” (Web-ring) qui proposent une circulation en boucle sur un nombre fini de sites.

b) Ouvrir les portails de l’Administration

Aujourd’hui, chaque administration centrale, ou presque, a créé son site Web. Il faut aller plus loin et demander à chaque administration de mettre en œuvre ou de susciter la **création de sites portails dans ses domaines de compétences**. Parallèlement, des négociations pourraient être engagées avec les fabricants de logiciels de navigation pour que ceux-ci, dans leurs fonctions de recherche, prennent mieux en compte les sites génériques français. Aujourd’hui, par exemple, la saisie d’un mot sans préfixe (<http://>) ni suffixe (.com ; .fr ; .org ; etc.) renvoie automatiquement au site correspondant en “ .com ”. Il s’agit d’une fonction incluse dans le navigateur et non une fonction du système de l’internet.

Le lancement par le Gouvernement d’un site d’orientation (portail) “ France.fr ” doit être accéléré

Le portail générique “ **France.fr** ”, prévu dans le programme d’action gouvernemental n’a pas encore été lancé. Il serait souhaitable que sa réalisation puisse être accélérée. En outre, dans chaque pays, **le site de l’ambassade de France pourrait également jouer le rôle de portail**²¹⁸, de site d’accueil, qui puisse répondre à de nombreuses demandes, en langue locale et en français : programmes de

²¹⁷ <http://www.nomade.fr>

²¹⁸ À cet égard, le site de l’Ambassade de France en Malaisie est tout à fait remarquable. <http://www.france.org.my/>

télévision et de radio reçus dans le pays, activités culturelles organisées (expositions, théâtres, concerts), liens vers les autres grands “portails” culturels et économiques français (dates des manifestations de grande ampleur, des festivals, etc.). Le ministère des affaires étrangères devra coordonner tous ces sites et devenir le gestionnaire du “ **plan média** ” de la France sur l'Internet.

Privilégier la création de sites “portails”, notamment dans l'Administration

2. Disposer de moteurs de recherche

Dans l'espace numérique de l'internet, disposer de moteurs de recherche et de guides performants et fréquentés par les internautes est **un enjeu industriel**. C'est également une question de souveraineté, d'indépendance et de respect du pluralisme. **Malgré des avancées indéniables, les moteurs de recherche et les guides français ne peuvent encore rivaliser avec les grands moteurs de recherche américains.** On estime la valorisation boursière d'un guide comme “Yahoo” à 10 Milliards de Francs. Le moteur de recherche français “Lokace²¹⁹” a été racheté par Infonie pour environ 9 Millions de Francs.

Un enjeu industriel et une question de pluralisme

En premier lieu, il est indispensable de veiller à ce que les entreprises qui développent ces services sur l'internet soient éligibles à **l'ensemble des aides publiques disponibles pour les entreprises culturelles**, au-delà de celles existantes pour la recherche et développement et le capital risque.

En outre, pour ce qui concerne l'Administration, notamment l'éducation nationale, **des négociations pourraient être entreprises avec les éditeurs de logiciels de navigation afin que les versions françaises privilégient des moteurs et des guides français et en français.**

Pour ce qui concerne les écoles et les administrations, comme pour l'offre des télécommunications, **il faut veiller à ce que le pluralisme de l'accès aux contenus et aux services soit respecté.** Aujourd'hui, les portes d'entrée sur l'internet sont presque toutes

²¹⁹ <http://www.lokace.com>

liées à des fournisseurs d'accès et à des éditeurs. La bataille des moteurs de recherche est un des éléments de la bataille des contenus numériques : "Voilà" est le portail de France Telecom ; "AOL" et "Lycos" appartiennent à Vivendi et à Bertelsman, "Lokace" a été racheté par Infonie et le groupe Lagardère développe "Hachette.net". Il serait sans doute souhaitable de **veiller à ce que se maintienne**, à côté de ces grandes entreprises, **une offre indépendante**.

De surcroît, des **opérations de promotion pour les moteurs de recherche français** pourraient être lancées en partenariat avec les organisations professionnelles de l'internet.

Enfin, il est possible d'utiliser la puissance des moteurs de recherche existants en menant **une campagne d'inscription multilingue systématique des contenus français**. Cela pourrait être mis en œuvre par une association, avec l'aide de l'État. Une mission de service public pourrait lui être confiée.

Promouvoir les moteurs de recherche français en liaison avec les organisations professionnelles du secteur

Mener une campagne systématique d'inscription multilingue des contenus français dans les grands moteurs de recherche existants

3. Mailler l'internet français et l'internet local

Si ce n'est dans quelques pays francophones, notamment au Québec, **l'internet français est peu connu**. Les actions proposées dans ce rapport pour rendre l'internet français plus " international " doivent être **accompagnées d'actions de promotion** menées par nos Postes diplomatiques. Certains pays, notamment le Brésil ou l'Allemagne, ont mené des actions particulièrement intéressantes dans ce domaine.

À court terme, il serait souhaitable que chaque Poste diplomatique ait élaboré un site Web, qui certes, aurait pour objectif d'informer sur les activités du Poste, sur la France et sur certaines démarches administratives, mais qui devrait également avoir pour ambition de **" mailler " l'internet français avec l'internet local** : Promotion de l'internet culturel français, des moteurs de recherche et des sites portails, de logiciels et de savoir-faire, renvoi sur le site France.fr, liens avec les sites locaux, etc.

Dans chaque pays, mettre en ligne, dans la langue du pays et en français, un site Web " portail " qui assure la promotion de l'internet français

4. Faire de la promotion sur support numérique

De manière générale, nous n'utilisons pas suffisamment les techniques de la communication sur les nouveaux supports. Or, la mise en oeuvre de coopérations internationales par l'ensemble des opérateurs passe par la communication, la promotion et la publicité. Par exemple, le Gouvernement canadien vient de réaliser un cédérom visant à promouvoir son savoir faire dans le domaine du multimédia. C'est une idée excellente dont nous pourrions nous inspirer avec profit.

Dans le domaine de la **promotion de l'enseignement supérieur français ou de la culture artistique ou scientifique françaises**, certaines manifestations, comme les foires éducatives, les salons thématiques ou les expositions représentent des enjeux culturels et économiques importants. La présence française dans ces

manifestations pourrait être accompagnée systématiquement, pour les plus importantes d'entre-elles, de la création de sites Web et de supports promotionnels numériques.

De même, dans le domaine de la **coopération scientifique et technologique**, afin de modifier l'image de la France perçue à tort comme un pays peu scientifique, les pouvoirs publics, leurs partenaires de coopération (universités, centres et organismes de recherche, industriels) devraient développer des produits de ce type pour faire la promotion de leur offre à destination de spécialistes désireux de poursuivre leurs études en France.

Il serait aussi intéressant de développer **des cédéroms contenant quelques leçons permettant d'acquérir des rudiments de français et un dictionnaire de base bilingue**.

De manière plus ludique, les cédéroms contenant des logiciels économiseurs²²⁰ d'écran sont peu coûteux à réaliser et d'une grande efficacité.

Prendre le réflexe de communiquer sur support numérique, notamment grâce aux cédéroms promotionnels

5. Proposer aux services en ligne étrangers des contenus sur la France

Un étranger qui a besoin d'informations sur la France n'aura pas toujours le réflexe d'aller sur un site français. Il ira, soit sur un guide-annuaire dans sa langue, soit sur un moteur de recherche international. La France doit "se placer" sur les sites internet étrangers et elle doit le faire dans la langue de ces pays.

Il serait souhaitable que les services de communication du ministère des affaires étrangères, aidés des bureaux de presse de l'Actim et de l'Association française d'action artistique, développent un service de **pages "html"²²¹ qui puissent être fournies gratuitement aux sites étrangers, de la même façon que CFI propose des "images françaises" aux télévisions du monde entier**.

²²⁰ Les économiseurs d'écran sont de petits logiciels qui font défiler des textes ou des images sur l'écran de l'ordinateur lorsque celui-ci n'est pas utilisé.

²²¹ "html" : hypertext Markup language. Langage de base de structuration de documents sur le Web

Proposer des pages “ html ” françaises aux sites étrangers

En outre, les Postes devront mener **des actions de référencement** des sites français auprès des moteurs de recherche et des annuaires locaux.

Mener des campagnes de référencement systématiques des sites français auprès des moteurs de recherche et des annuaires locaux

6. Organiser une labellisation des sites internet français et francophones

Les internautes ont besoin aujourd'hui d'être rassurés. (Cf. supra, les marques). **Pourquoi ne pas imaginer un “ label ” francophone de qualité, identifiable sous la forme d'un logo cliquable affiché en page d'accueil, qui renverrait sur un grand site portail.** La charte d'attribution du label pourrait être élaborée de façon interactive. Des concours du “ meilleur site ” pourraient être organisés.

Organiser un “ label ” francophone de qualité

C. Embarquer les acteurs économiques vers de nouveaux marchés

Les technologies de l'information ouvrent pour nos acteurs économiques de nouveaux marchés qu'il convient de prospecter : multimédia, logiciels, solutions informatiques, équipements liés à la communication...

Nous n'avons aucune inquiétude pour les produits ou les services qui sont portés par de grandes entreprises : télécommunications ou électronique grand public. Ces entreprises et les Postes d'expansion économique²²² ont l'habitude de travailler ensemble. Ils savent prospecter ces marchés. En revanche, il n'est pas certain que, dans cette période intermédiaire, faute d'une attention particulière, il soit aussi facile **d'identifier toutes les nouvelles fenêtres commerciales** possibles et les différentes niches, avant qu'elles ne soient prises et ne se ferment rapidement.

Il faut veiller, en tout premier lieu, à ce que **l'offre potentielle des PME françaises dans ce secteur soit bien décrite et puisse être présentée facilement sur les marchés étrangers**. Il faut veiller également à ce que **les entreprises françaises soient bien informées des possibilités offertes par ces nouveaux marchés**.

1. Présenter l'offre des entreprises françaises sur l'internet

L'internet permet maintenant aux entreprises d'exposer leur offre et de la promouvoir de façon immédiate pour un coût acceptable. Pour acquérir une meilleure visibilité à l'international, les entreprises françaises à l'étranger ont recours à l'action des chambres consulaires internationales et des Postes d'expansion économique. L'internet leur offre d'autres stratégies possibles, qui viennent en complément de celles employées jusqu'alors. Cependant, la présence des entreprises françaises sur l'internet est encore insuffisante, bien qu'en progression. Selon l'enquête France Pub de 1997²²³, seulement 2,5 % (soit 60.000) des entreprises françaises étaient présentes sur l'internet fin 1997, via leur propre site (soit 57.000 entreprises, qui dépensent pour ce faire 305 MF) ou

²²² <http://www.dree.org/pee/>

²²³ Citée in Mediapouvoirs (premier trimestre 1998)

en ayant acheté de l'espace publicitaire sur des sites (13.000 entreprises pour une dépense de 40 MF).

Par delà l'action propre aux entreprises, le Web est un outil supplémentaire au service des actions de promotion mises en œuvre par les organismes publics ou parapublics. Le CFME - ACTIM²²⁴, qui a pour mission de promouvoir les entreprises françaises à l'étranger, intègre progressivement l'internet dans ses opérations. Ainsi, ses 11 bureaux de presse, qui, dans le monde, ont la charge de fournir aux médias locaux des informations sur les techniques et les produits français, se connectent progressivement au réseau. De même, cet organisme utilise de plus en plus l'internet pour compléter ses actions traditionnelles (foire - expositions etc.). À terme, des expositions virtuelles pourraient être retenues.

Deux initiatives récentes, prises à l'initiative des pouvoirs publics, tendent à inciter les entreprises, plus particulièrement les PMI, à être plus présentes sur le réseau. Le secrétaire d'État à l'industrie a annoncé le 26 août 1998 à Hourtin, lors de la 19ème Université d'été de la communication, que 50 MF (sur les 300 MF du " programme de soutien au développement de nouveaux services innovants ") seraient affectés à **l'aide à la mise en ligne des PMI** (fonds spécifique " Internet - PMI "). En outre, le secrétariat d'État au commerce extérieur a pris l'initiative de promouvoir les projets de sites d'entreprises en direction des marchés internationaux et a mis en place un fonds de soutien spécifique : **" Exportateurs sur la Toile "**²²⁵.

2. Mieux utiliser nos réseaux d'information économique

Les sources françaises d'information économique et stratégique existent. La France dispose d'un réseau de Postes d'expansion économique réparti dans 160 pays, du soutien local de Conseillers au commerce extérieur, des chambres consulaires. 1,3 millions de travailleurs français sont expatriés. Des milliers de correspondants étrangers ont suivi une formation universitaire ou professionnelle en France. Par ailleurs, un savoir faire en matière de veille technologique s'est progressivement développé, au fur et à mesure de l'évolution des technologies. Tout cela constitue autant de sources potentielles d'information économique sur les marchés utiles à nos entreprises candidates à l'exportation.

²²⁴ <http://www.cfme-actim.com/>

²²⁵ <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/expertoile/labels.htm>

Encore faut-il, comme le soulignent les représentants du Centre français du commerce extérieur (CFCE²²⁶), que les informations recueillies soient mobilisées puis diffusées en profondeur dans le tissu économique français en vue, notamment, de bien informer les entreprises françaises sur les marchés étrangers. En outre, ces informations sont une matière première qui a une valeur marchande sur le marché spécifique de l'information économique à destination d'un public plus large (presse française et étrangères, consultants etc.)

Mieux informer nos entreprises sur les possibilités offertes par les nouveaux marchés

Le maillage actuel du réseau des 166 Postes d'expansion économique relayé en France par 24 directions régionales²²⁷, l'activité du Centre français du commerce extérieur, qui valide les informations apportées à 60 % par les PEE, l'activité des chambres consulaires sont essentiellement tournées vers la remontée d'informations économiques, notamment sur les marchés, à destination des entreprises françaises candidates à l'exportation.

La matière première existe et elle est alimentée en permanence. Cependant, l'accès à la distribution de ces informations stratégiques se fait, pour l'essentiel, de façon classique (lettres, télécopie...). Les entreprises françaises, bien que mieux équipées en informatique qu'auparavant, ne semblent pas avoir encore compris l'étendue et la diversité des usages possibles de ces techniques nouvelles pour leurs activités. Seulement 28,2% des entreprises déclarent utiliser l'internet pour accéder à de l'information et envoyer des courriers électroniques et le CFCE diffuse encore 93% de ses informations sous forme papier.

Or, le site du CFCE est la principale ressource économique française sur l'internet clairement identifiée. Son site met en réseau et permet de relier de manière efficace, notamment via la gestion de banques de données, les besoins et attentes des entreprises en matière d'information et les ressources disponibles. " Planet export ", ouvert au printemps 1997 recense 400 abonnés en juillet 1998 dont 56% entreprises de moins de 100 salariés. 50 % de l'information fournie est gratuite, le reste étant accessible sur la base d'un droit d'entrée de 200F/mois. **Il serait sans doute souhaitable de regrouper les sites du CFCE et de la DREE, ce qui aiderait les entreprises dans leurs recherches d'informations.**

²²⁶ <http://www.cfce.fr/>

²²⁷ <http://www.commerce-exterieur.gouv.fr/CdResDrce.htm>

Il sera en outre sans doute nécessaire de décloisonner toujours davantage le volet économique et le volet culturel de notre coopération.

“ PR Line²²⁸ ” : un service de communication financière

“ PR Line ”, fondée en 1998, diffuse sur l'internet les communiqués et les avis financiers de la place boursière de Paris à l'intention des actionnaires, des investisseurs, des analystes financiers et des journalistes spécialisés. Dans ce domaine, largement dominé par les entreprises d'Amérique du Nord, l'internet a permis à une entreprise française de trouver sa place.

“ PR Line ” ne traduit pas les communiqués des entreprises, dans le souci de garantir leur exactitude, mais permet d'y accéder par une arborescence en anglais.

D. Définir des stratégies par types de public

Comment la France peut-elle rencontrer son public, que ce soit par la télévision, la radio ou l'internet ? Les réponses apportées aux questionnaires envoyés dans chaque Poste diplomatique sur l'image de la France font apparaître une grande diversité des attentes et des demandes. Les préjugés à notre égard sont également fort divers et il s'agira de les prendre en compte plutôt que de tenter, parfois maladroitement, de les contrer.

1. Fidéliser les francophones et les francisants

Nous ne distinguerons pas ici les “ **francophones** ”, qui “ vivent ” en français, même si ce n'est parfois que dans le cadre familial, des “ **francisants** ”, qui maîtrisent le français mais vivent dans une autre langue. Nous ne reviendrons pas sur ce que nous avons dit dans l'introduction et, tout au long de ce rapport, sur la nécessité de rendre disponibles toujours plus de contenus en français.

Les technologies numériques de l'information et de la communication, notamment l'internet, permettent de “ constituer ” le public francophone mieux que ne le pouvaient

²²⁸ <http://www.prline.com>

les modes de diffusion précédents. Jusqu'à présent, un média francophone était, plus ou moins, un média " militant " de la francophonie, quel que fût le professionnalisme avec lequel il était mis en œuvre. Ce ne sera plus le cas dorénavant.

L'étude des besoins, des demandes et des attentes des francophones doit être faite à l'échelle internationale. On y découvrira certainement que ce public potentiel est fortement segmenté et que plusieurs de ces segments n'ont pas encore été défrichés par les opérateurs traditionnels de la francophonie. Par exemple, il n'existe pas de site consacré aux jeunes en dehors des sites éducatifs²²⁹.

Ne négliger aucun " segment " du public francophone

Pour ce qui concerne la télévision, l'informatique et l'internet, les jeunes sont les " prescripteurs " les plus actifs et les plus efficaces. Si les jeunes vont sur les sites internet en français, c'est gagné. La création d'un grand site Web pour les jeunes francophones²³⁰, offrant des renseignements, des possibilités d'échange, mais aussi des logiciels à télécharger, de la musique en libre accès, des jeux électroniques en français, etc. serait sans aucun doute une opération très positive.

Créer des sites Web pour des publics francophones spécifiques, notamment les jeunes : site ludo-éducatif, sport, jeux...

La francophonie peut aussi être détendue et souriante. Pendant la Coupe du monde de football, la France a organisé un concours mondial " Allons en France 98 " et qui a permis de faire parler français. Cette opération dont l'organisation a été décentralisée dans chaque service de coopération culturelle, scientifique et technique a eu un impact très positif et a été véritablement un " produit d'appel " du désir de France pour un coût très acceptable. Les rencontres olympiques, où le français est langue officielle, donnent aussi l'occasion de faire un travail " d'environnement francophone " et les jeux d'Atlanta et de Nagano ont constitué à cet égard des réussites qu'il faut saluer. (formation des interprètes, annonces en français, en

²²⁹ L'étude réalisée récemment par la SOFRES pour France Telecom semble confirmer cette proposition : <http://www.francetelecom.fr/vfrance/actualite/etude.htm>

²³⁰ Bernard Dufau, président-directeur général d'IBM France a suggéré, dans *Le Monde* du 7 août, que l'État prenne une initiative symbolique en faveur de la diffusion des nouvelles technologies, notamment en direction des jeunes générations.

anglais et dans la langue du pays ; sites fléchés en français, en japonais et en anglais à Tokyo et à Nagano). **De telles initiatives sont à renouveler.**

Le musée virtuel du sport

Le sport s'est installé dans presque tous les foyers français²³¹ et la Coupe du monde de football a encore accentué ce phénomène. Le sport français n'est pas inconnu à travers le monde. Malheureusement, les sites internet français consacrés au sport sont encore peu nombreux et parfois d'une grande pauvreté.

En dehors de quelques sites de fans ou de quelques sites spécialisés (comme le site officiel du Tour de France), dont certains ne sont accessibles qu'en anglais ("Worldmedia.fr"), le sport français est peu présent sur le réseau. Les quelques sites de clubs font pâle figure au regard de ceux de nos plus proches voisins. En Espagne et en Italie, par exemple, tous les clubs ont déjà leur site officiel.

Au delà des sites des principaux événements, on pourrait imaginer **un grand site "sport" français et francophone** qui présenterait tous les événements, tous les acteurs du monde sportif, joueurs, entraîneurs, aînés, cadets... Le site pourrait également rendre disponibles les règles de jeu. Qui peut se vanter d'avoir eu accès aux "règles" du football autrement que par les commentaires de la presse. Le site pourrait comporter aussi un volet éducatif et un volet "santé" intégrant la lutte contre le dopage. Ce site très vivant, alimenté par les fédérations et les différents clubs pourrait être associé à **un "musée en ligne du patrimoine sportif français et international"**. Il présenterait l'histoire du sport en France et dans le monde, les événements (les marathons, les coupes du monde, les vainqueurs des transats, les grandes équipes, les grands matchs), l'histoire des matériels (les skis, les raquettes par exemple), les grands moments de l'aviation, l'histoire des Jeux olympiques...

2. Penser aux francophiles non francophones

La visibilité et la présence internationale de la France ne sont pas réduites à la seule pratique du français. Il y a des

²³¹ 34,3 millions de français, soit 76% de la population déclarent suivre régulièrement plusieurs sports à travers les médias et 18% se déclarent passionnés (étude TMO 98).

francophiles qui ne parlent pas français. Il faut veiller, de façon très pragmatique, à satisfaire les attentes de ce public, **dans leur langue**. On peut, à cet égard, saluer l'analyse de Jean Stock qui voit dans le marché américain un marché émergent pour les programmes de télévision français traduits. C'est peut-être également un marché émergent pour le français.

Les nouvelles possibilités ainsi offertes par les satellites numériques permettent d'adapter le signal sonore des programmes aux langues pratiquées dans les zones géographiques où ils sont diffusés. Il est certain que toutes les possibilités offertes dans ce domaine doivent être exploitées. **Des liens entre sites Web et programmes de télévision sont également souhaitables.**

La traduction plus systématique des sites français répond également aux attentes de cette catégorie de public.

3. Mettre en réseau les Français de l'étranger

La France n'a jamais été, dans les périodes récentes, un pays de forte émigration. Cependant, aujourd'hui, **1,4 millions de français vivent hors de nos frontières**. Pas une capitale, une grande ville sans, qu'autour de l'Ambassade ou du Consulat, le plus souvent, vive une communauté de Français. La présence internationale de la France doit aussi s'appuyer sur ces Français expatriés²³².

Un site Web interactif dédié aux Français de l'étranger serait sans nul doute une initiative très appréciée. Outre les renseignements administratifs, déjà présents sur le site du ministère des affaires étrangères et du Conseil supérieur des Français de l'étranger²³³, ce site devrait permettre également des échanges, des informations spécifiques, des téléservices à la carte (démarches administratives, déménagements, dédouanement, etc.). Il pourrait donner une bonne place aux représentants, députés et sénateurs, des Français de l'étranger.

Le ministère des affaires étrangères pourrait créer un site Web interactif de services dédié aux Français de l'étranger

²³² On peut souligner que beaucoup d'écoles françaises et de centres culturels français ne pourraient fonctionner sans l'apport en personnel de ces Français installés à l'étranger.

²³³ <http://www.csfe.org>

La France dispose d'un réseau de Postes diplomatiques et culturels dense et pérenne. Il est nécessaire que ces Postes, outre leurs missions traditionnelles, qui sont l'incarnation des relations extérieures de notre pays, prennent également en compte de nouvelles missions liées aux technologies de l'information et de la communication. **Le réseau diplomatique et culturel²³⁴ doit placer ces technologies au cœur de ses stratégies et de ses actions** en agissant, où c'est nécessaire, comme **un opérateur** et, le plus souvent, comme il le fait déjà dans de nombreux domaines de coopération, faciliter, rendre possible et jouer pleinement **un rôle de médiateur**.

Un ministère en profonde réforme

Le moment est particulièrement bien choisi pour faire des propositions au ministère des affaires étrangères car il procède à **une profonde réforme²³⁵ de ses structures de coopération** qui voit, pour la première fois, la fusion des services du ministère des affaires étrangères et ceux du ministère de la Coopération.

Cette réforme a pour objectif principal de doter la France d'instruments de coopération plus efficaces dans un monde qui change, de la rendre capable d'anticiper ces évolutions, de mieux s'appuyer sur les partenaires "civils" de la coopération et de **prendre en compte le contexte multipolaire des relations internationales** en développant les actions de coopération décentralisée et l'insertion dans des actions multilatérales.

Les missions dévolues aujourd'hui au ministère de la Coopération seront reprises dans cinq fonctions essentielles : l'action en faveur du développement ; l'action culturelle extérieure ; l'action multilatérale de développement ; l'action humanitaire et les affaires francophones.

Hors une "**zone de solidarité prioritaire**", notre coopération aura pour objectif de poursuivre essentiellement un objectif de présence politique et économique et sera confortée par un recours accru à l'aide multilatérale, notamment européenne.

²³⁴ <http://www.diplomatie.fr/culture/france/index.html>

²³⁵ <http://www.diplomatie.fr/cooperation/index.html#reform>

Le concept de “ *zone de solidarité prioritaire* ” (ZSP) englobe les pays avec lesquels la France entretient, souvent pour des raisons historiques, **des liens particuliers de fidélité et de solidarité**, souvent aussi parce qu'ils sont francophones, bien que ce ne soit pas une condition nécessaire. Ce concept évolutif est d'abord un concept politique qui, certes, aura des conséquences sur les modes et les financements de coopération, mais qui n'aura pas de traduction administrative spécifique.

Ce dispositif sera caractérisé par un grand pôle diplomatique unique, une Direction générale de la coopération internationale et du développement (DGCID), un Comité interministériel de coopération internationale et du développement (CICID) et un Haut conseil de la coopération.

La Direction générale sera structurée selon une logique fonctionnelle plutôt que géographique autour de quatre directions : le développement et la coopération technique ; la culture et le français ; l'enseignement supérieur et la recherche ; l'audiovisuel et les nouvelles technologies. Pour la première fois, un service spécifique, la **Mission pour les nouvelles technologies de l'Information et de la communication**, rattachée à la Direction de l'audiovisuel extérieur et des techniques de communication, sera chargé de ces questions.

A. Négocier les traités et les accords de la société de l'information

L'irruption d'un média interactif mondial comme l'internet a, de façon quasi instantanée, posé la question du droit, ou, tout au moins, la question de son application. Le problème posé est moins une question de droit, que de **coordination internationale** pour les modalités d'application de ce droit et des sanctions s'il est bafoué. Cela nous impose d'accélérer toutes les négociations qui visent à harmoniser les règles, aujourd'hui le plus souvent territoriales, et de mettre en œuvre des coopérations efficaces entre les polices chargées de les faire appliquer, répondant à des régimes fort divers.

Nous avons vu que **tous les champs du droit de la “ vie réelle ”, ou presque, trouvent leur application, ou plutôt des difficultés d'application, dans la société de l'information** : questions de propriété, questions de marque, fonctions de police, droits de douane et organisation du commerce, lutte contre la criminalité. Tout doit se négocier et donner lieu à des coopérations et à des accords internationaux.

Il y a cependant un fait nouveau. **Ces accords ne se négocient pas seulement entre États mais aussi avec des associations, voire des entreprises privées.** Il naît ainsi le champ d'une nouvelle diplomatie, déployée autour de ce qui n'est ni un gouvernement, ni un traité entre États, mais une “ gouvernance ” qui associera toujours plus avant États et sociétés civiles.

C'est un beau défi pour notre diplomatie, que d'aller négocier dans l'espace numérique, avec des interlocuteurs qu'elle ne rencontrait pas, la prise en compte **d'un modèle républicain de société de l'information**. Ce n'est pas facile car les traditions d'alliances assez harmonieuses entre l'État et la société civile que nous connaissons en France sont souvent rejetées par les tenants du libéralisme ou par ceux qui nourrissent envers les États une méfiance nourrie par des rumeurs de complots planétaires.

La bataille des dernières années autour des “ noms de domaine ” sur l'internet est à cet égard particulièrement significative. Celui qui “ nomme ” sur l'internet possède un très large pouvoir. C'est une question grave qui peut obérer singulièrement l'avenir. Un média international ne peut avoir d'organismes de “ nommage ”, que fondé sur un consensus international. Nous devons saluer les actions qui ont été menées avec succès par le Gouvernement pour que les positions françaises soient bien prises en compte et la récente

nomination de Géraldine Capdebosq, directrice du développement de Bull et l'une des trois Européennes au Conseil des noms de domaines. L'adoption à l'Union internationale des télécommunications (U.I.T²³⁶) d'une résolution française rappelant le rôle des États et de cette organisation internationale en matière de normalisation internationale des télécommunications en est un autre exemple.

La défense des droits de l'homme dans le cyber-espace

De nombreux pays, et notamment la France, ont le souci d'assurer à tout citoyen l'accès à une information pluraliste et honnête sur les plans culturel, politique, économique et religieux.

En ce qui concerne le cyber-espace, la France pourrait utilement porter ces considérations, qui touchent à la protection et à la promotion des droits de l'homme, au niveau international ; elle pourrait ainsi réclamer :

- que, sur l'internet, les contenus portent des éléments d'identification et notamment l'indication de la source (identité, nationalité), de la nature des informations (direct, documents d'archives), ainsi que de leur date de création.
- que, sur l'internet, les messages à caractère publicitaire soient clairement identifiés comme tels.
- que, sur l'internet, toute image truquée ou image de synthèse susceptible d'être prise pour une image réelle en porte la mention.
- que les citoyens soient sensibilisés, dès leur plus jeune âge, aux risques de manipulation de l'information que permettent les technologies numériques, et apprennent à trier les informations qu'ils trouvent sur l'internet, et à exercer leur esprit critique.

Cette mission pourrait être confiée au système éducatif ainsi qu'aux médias traditionnels et notamment au secteur public des médias.

D'autres négociations s'annoncent, qu'il faudra mener avec une grande vigilance, voire refuser. Il faudra, dans l'Administration, **un lieu de synthèse et de compétence** qui aura une vue assez large pour s'assurer, d'une part, de la cohérence de nos positions, d'autre part, pour effectuer une **“ veille ” diplomatique** sur les négociations en cours. L'AMI n'a-t-il pas été négocié dans un quasi secret avant

²³⁶ <http://www.itu.ch/index-fr.html> (en anglais !)

que certains n'attirent l'attention sur son caractère éminemment politique, alors qu'il n'était traité que de façon technique.

Le ministère des affaires étrangères, dont c'est le métier, devrait jouer un rôle important dans cette synthèse et cette veille qui doit être mise en œuvre par un dispositif léger, fonctionnant en réseau, associant les acteurs de la société civile, capable d'aller chercher, au besoin, où elles se trouvent, les compétences nécessaires, pour une durée limitée, et être donc capable de les employer et de les rémunérer. Il s'agirait ainsi de mettre en place ce que les anglosaxons appellent une "Task-Force", qui ne trouve d'ailleurs pas facilement de traduction en français.

Dans ces circonstances, les hommes les plus précieux ne sont pas ceux qui ont atteint le degré le plus avancé dans la perfection de la connaissance d'une spécialité, mais les hommes-carrefours capables de traiter des problèmes à l'interface de plusieurs disciplines et d'en orienter les solutions vers les applications les plus utiles à l'humanité, notamment au regard des valeurs éthiques.

Yves Brunsvick et André Danzin :
Naissance d'une civilisation Éditions
UNESCO, collection Défis

"L'Homme-carrefour" décrit par Yves Brunsvick et André Danzin pourrait être une bonne définition du diplomate.

De nouveaux champs de coopération

Ouvrant de nouveaux territoires de diplomatie, ces technologies font naître également de nouveaux champs de coopération dans tous les domaines : technique et universitaire, bien sûr, économique et commercial, bien évidemment, mais également culturel et linguistique. C'est sans doute dans ce dernier domaine qu'il est nécessaire de pousser très rapidement la prise de conscience de notre dispositif. Beaucoup d'acteurs du champ culturel "traditionnel", fonctionnaires ou non, ne considèrent encore le multimédia et l'internet que comme des gadgets dérivés de l'informatique, aussi éloignés de leurs objectifs que les logiciels bureautiques.

Nous avons tenté de montrer plus haut une partie des enjeux culturels que ces technologies portaient. Ils ouvrent de nouvelles pistes de coopération.

B. Privilégier le multilatéral

L'exercice du "multilatéral", c'est comme le dit Jacques Attali, accepter dans l'espace numérique, d'appartenir à plusieurs cercles. Nous devons être, dans le même temps, français, européens, francophones et latins.

1. S'investir dans le multilatéral européen

Le terme "société de l'information" est un terme européen qui s'oppose à la "d'autoroutes de l'information", marquant ainsi la volonté de l'Europe, dans la ligne du Livre blanc sur la croissance et l'emploi, de privilégier les aspects sociétaux des technologies numériques.

La France est bien présente sur ces secteurs au niveau européen. **Elle pourrait cependant être plus vigilante pour ce qui concerne les aspects culturels du multimédia où, notamment dans les programmes menés par la DG XIII, la représentation de la France est principalement assurée par des ministères techniques.** Il est souhaitable que le ministère de la culture et de la communication s'investisse davantage, notamment à l'occasion du cinquième programme cadre de recherche et développement, dans lequel les contenus et les applications technologiques seront traités de façon beaucoup plus proche que par le passé.

Assurer un meilleur suivi par le ministère de la culture et de la communication des programmes "société de l'information" menés par la Commission européenne

En outre, il nous faut asseoir davantage le plurilinguisme en Europe, jusque dans le fonctionnement des institutions communautaires. C'est essentiel au moment où l'Union va s'élargir. De la même façon que l'axe franco-allemand est l'un des piliers politiques et économiques de la construction européenne, **un axe linguistique franco-allemand**, où le français renforcerait l'allemand et l'allemand renforcerait le français, pourrait être particulièrement intéressant à mettre en œuvre. C'est une préoccupation que nous a ainsi livrée Madame Édith Cresson.

2. Croire au multilatéral francophone

L'exercice multilatéral est difficile. Il faut accepter d'y perdre une part de ses prérogatives. Si on le joue avec honnêteté et sincérité, cependant, il peut être le lieu privilégié de relations "gagnant - gagnant".

La francophonie multilatérale, conduite par M. Boutros Boutros-Ghali, doit être aussi **le lieu de l'exercice de cette nouvelle diplomatie de l'espace numérique**. Il faut qu'il y ait une position des partenaires francophones sur la gouvernance de l'internet, sur les noms de domaine. Par exemple, il est proposé de créer un organisme de nommage pour l'Afrique. Quelle est la position de la francophonie multilatérale sur ce point ? Quels sont les enjeux pour la francophonie en Afrique ? Il serait sans doute souhaitable, si ce n'est déjà fait, que soit spécifiquement nommée auprès du secrétaire général une personne compétente chargée de suivre ces questions.

Parmi les initiatives prises par les institutions multilatérales de la francophonie pour les technologies de l'information et de la communication, la mise en place récente **du fonds francophone des inforoutes**²³⁷ est sans aucun doute la plus intéressante.

Le **grand nombre de réponses aux premiers appels à propositions** lancés par les gestionnaires du fonds, montre qu'il répond à une demande importante, au Nord comme au Sud, et qu'il fait émerger "en francophonie" des acteurs nouveaux. Ce fonds est également l'exemple d'un fonctionnement plus transparent et plus ouvert rompant avec la logique traditionnelle des aides bilatérales liées. Un site Web a été mis en place, qui fournit tous les renseignements nécessaires²³⁸. L'équipe de gestion est disponible et soucieuse de fournir les conseils attendus.

La France, qui, avec d'autres, a été l'un des éléments moteurs de la mise en place de ce dispositif, pourrait, après évaluation, **renforcer son implication** afin d'affirmer la confiance qu'elle place dans ce fonds, dans son efficacité et dans sa gestion. Il faut également, pour cela, que **l'ensemble des partenaires jouent le même jeu**, et, en particulier, **renoncent à la logique de l'aide liée**.

Enfin, il serait nécessaire que soient lancés des appels à propositions thématiques. Pour reprendre une autre idée de Jacques Attali, il faut que ce fonds devienne **un véritable "Eurêka" francophone**.

²³⁷ <http://www.francophonie.org/fonds/>

²³⁸ <http://www.francophonie.org>

Renforcer le fonds francophone des inforoutes. Lancer des appels à propositions thématiques

3. Rapprocher les langues latines

“ La question du pluralisme linguistique a-t-elle été vraiment posée à nos partenaires hispanophones et lusophones ? ”

Pierre Guidoni au cours de son audition

L'Europe peut avoir d'autres tropismes que ceux de l'Est ou du Nord. Elle peut également se construire au Sud avec des pays dont nous partageons beaucoup de caractéristiques et qui parlent des langues proches de la nôtre.

L'Union latine²³⁹, longtemps présidée par le regretté Philippe Rossillon, peut, en partie, porter ce projet politique et culturel. Il y a beaucoup à faire. Nos partenaires lusophones et hispanophones, moins prompts à se doter d'institutions linguistiques, craignent peut-être de se voir happés par la “ cause ” francophone, dans laquelle on comprend fort bien qu'ils ne se reconnaissent pas.

Les technologies de l'information, l'internet en particulier, sont certainement l'occasion de vivifier les projets de l'Union latine. Engagée de façon très sérieuse dans les actions de mise à disposition de **lexiques et de terminologie**, elle mériterait sans aucun doute de disposer de moyens plus importants. Il faudrait également développer les réflexions et les méthodes qui permettent **d'enseigner dans le même temps plusieurs langues de la même famille linguistique**, notamment pour la compréhension. Une première méthode consacrée à l'intercompréhension de plusieurs langues latines a été réalisée. Elle mérite d'être très largement expérimentée et diffusée.

²³⁹ <http://www.unesco.org/webworld/unionlat/fr/prog.htm>

Mettre à disposition sur l'internet une base de données terminologique importante en plusieurs langues latines alignées

Expérimenter et diffuser des méthodes d'apprentissage de plusieurs langues latines dans le même temps

C. Favoriser l'entrée des pays moins développés dans la société de l'information

La France doit favoriser l'entrée dans la société de l'information des pays les plus défavorisés. Il est certain que de nombreux pays francophones, notamment ceux de la zone de solidarité prioritaire, souffrent d'un déficit d'accès à l'internet du fait d'infrastructures inexistantes ou défaillantes. Il est bien sûr nécessaire de traiter le problème des infrastructures, mais la complexité des enjeux et des situations font qu'il faudrait y consacrer un autre rapport. Gageons que notre Coopération, aidée des opérateurs de télécommunications, étudient toutes les possibilités d'améliorer les infrastructures, pour le meilleur coût, notamment en Afrique.

Cependant, selon l'état d'avancement du développement de l'internet dans ces pays, de nombreuses actions peuvent être menées. Il s'agit avant tout de définir ce secteur comme **un champ prioritaire de notre coopération**, de ne pas vouloir faire tout " tout seul " et donc de s'inscrire systématiquement dans des programmes multilatéraux de développement. Les actions de formation et de sensibilisation sont aussi essentielles.

Dès 1996, dans le cadre de la conférence internationale organisée à Midrand par l'Afrique du Sud et la Commission européenne, les États-Unis et les grands organismes multilatéraux ont fait du déploiement des " autoroutes de l'information " dans les pays en voie de développement une de leurs priorités.

La demande des pays en voie de développement et des pays émergents est forte. Les progrès sont rapides, même dans les zones les plus défavorisées. En 1995, 16 des 53 capitales africaines avaient un accès à l'internet. Elles étaient 48 en août 1998. L'internet en Afrique connaît une croissance rapide, principalement dans la communauté universitaire mais également pour certaines entreprises installées dans de grandes villes. **Il ne faut pas que la France et la francophonie soient absentes de l'entrée de ces pays dans la société de l'information.**

1. Participer au déploiement de l'internet

a) Définir ce secteur comme un champ prioritaire de notre coopération

La coopération dans le domaine des technologies de l'information doit être une priorité. Les postes de coopération, notamment dans les pays en voie de développement, pourraient y voir une urgence moindre que des programmes de développement et de coopération plus classiques. Ils peuvent mal connaître les enjeux culturels, sociaux et économiques de ces technologies. **Les instructions aux Postes diplomatiques doivent être très précises sur ces points.**

b) Donner accès à l'internet aux moins favorisés

Les modes d'accès à l'internet : lignes téléphoniques, micro-ordinateurs, coût des télécommunications, font que **ce média, dans les pays du Sud comme dans les sociétés des pays du Nord, reste encore difficilement accessible aux moins favorisés.**

De la même façon que le Gouvernement a la volonté de démocratiser l'accès à l'internet, notamment à l'internet culturel, grâce à la création d'espaces culturels multimédias partout en France, ou à l'internet " fonctionnel " grâce aux points d'accès dans les bureaux de Poste et les administrations, il est souhaitable que, partout dans le monde, et tout particulièrement dans les pays les moins développés, les emprises françaises, écoles, centres culturels, Alliances françaises, deviennent des lieux d'accès aux réseaux, en français ou en d'autres langues, comme c'est le cas, par exemple, à l'Institut français de Bucarest.

Il serait même possible d'envisager, dans certains cas, que le centre culturel français devienne fournisseur d'accès à l'internet pour les francophones, à l'instar de ce qui est mis en œuvre par l'Agence universitaire de la francophonie dans les points " Syfed " : connexion à l'internet, fourniture d'adresses électroniques, hébergement de contenus.

Développer les accès à l'internet pour les moins favorisés

c) S'inscrire dans les programmes internationaux de développement

Les fonds mobilisés pour le développement des infrastructures et des contenus de la société de l'information dans les pays défavorisés sont nombreux et importants. Par les Nations unies, ce sont près de 18 millions de dollars qui sont consacrés, par exemple, à l'amélioration de la connectivité en Afrique, auxquels viennent s'ajouter 15 millions de dollars issus d'une initiative américaine appelée "Initiative Leland²⁴⁰". D'autres programmes provenant du Canada (Acacia²⁴¹), de la Banque mondiale (Infodev²⁴²) ou encore de la Commission européenne soutiennent des projets relatifs aux technologies de l'information et de la communication.

Les initiatives françaises et francophones doivent rechercher toutes les synergies possibles avec ces programmes, sans y abandonner pour cela leurs propres priorités et leurs modes d'intervention et d'évaluation. En aucun cas, elles ne doivent les ignorer. Il va sans dire que les différentes initiatives francophones ne doivent pas non plus se concurrencer. **Tout conflit dans ce domaine tend à rendre les Francophones peu crédibles.**

La France, ou les instances multilatérales de la francophonie, pourraient susciter une réunion de haut niveau des gestionnaires des différents programmes de développement des technologies de l'information afin d'imaginer des dispositifs concrets et pratiques de concertation.

Réunir les responsables des différents fonds de développement liés aux technologies de l'information pour étudier la mise en œuvre de meilleures synergies

Tous les projets de coopération ont besoin d'experts. Il serait souhaitable que le ministère des affaires étrangères et le ministère de l'économie, des finances et de l'industrie suscitent une meilleure participation des experts français aux projets multilatéraux

²⁴⁰ <http://www.info.usaid.gov/leland/>

²⁴¹ http://www.idrc.ca/acacia/acacia_f.htm

²⁴² <http://www.worldbank.org/>

internationaux. Il est frappant de constater, en dehors de la francophonie, la faible proportion d'experts français dans les projets qui sont conduits.

2. Former aux technologies de l'information et de la communication

Les professionnels du multimédia et de l'internet semblent reconnaître une " manière française " qu'il nomment " french touch ". Tirons parti de cette réputation pour proposer des coopérations nouvelles dans ces domaines.

a) Attribuer des bourses d'études pour le multimédia

Dans le cadre de la réflexion menée par le ministère des affaires étrangères et le ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie, pour la promotion de l'offre d'éducation, le ministère des affaires étrangères va mettre en œuvre un programme ambitieux de bourses de haut niveau, destinées principalement aux meilleurs spécialistes de pays dits " émergents " et qu'il a judicieusement nommé " **Eiffel** ".

Le programme Eiffel aura pour priorités le droit, la gestion et les formations d'ingénieurs. Il serait sans doute possible de proposer un " fléchage " supplémentaire **vers les métiers du multimédia** : infographie, conception de sites Web, traitement du son, développement de logiciels adaptés. Ce programme pourrait être effectué en collaboration avec le ministère de la culture et de la communication, qui assume la tutelle d'un certain nombre d'enseignements artistiques appliqués aux nouvelles technologies.

b) Proposer une offre de formation

Depuis 1996, dans le cadre des réunions annuelles de l'Internet Society, les instances de coopération francophones ont su mettre en œuvre des formations à l'internet en direction de techniciens de pays du Sud. **Cette initiative remarquable doit être renforcée et consolidée.** Il faudra également étendre le champ des formations à l'internet à d'autres professions, notamment les documentalistes.

Même dans les pays les plus défavorisés, les compétences existent. Les technologies de l'information sont un secteur où le saut

technologique est possible et déjà souvent réel. Les compétences techniques sur place, quand elles existent, même si elles sont peu nombreuses, sont de même niveau que dans les pays industrialisés. **La mise en réseau des compétences²⁴³ est donc possible** dans des schémas Nord-Sud mais aussi Sud-Sud.

Poursuivre les formations données dans le cadre des congrès “INET” organisés par l’Internet Society et mettre les compétences des pays du Sud en réseau

Le ministère chargé de la coopération a en outre élaboré un programme de promotion des technologies de l’information en Afrique, rassemblant plusieurs projets dans différents domaines. Ils prévoit que la direction de ce programme sera conduite par **un comité de pilotage**. Il est indispensable que ce comité de pilotage soit **interministériel**, et associe des représentants des opérateurs multilatéraux de la francophonie et des personnalités indépendantes disposant **d’une vision d’ensemble** du secteur.

Dans tous les cas, cette coopération doit être principalement orientée vers les contenus et les services, qui sont, pour la France, comme pour ses partenaires, les enjeux les plus importants.

²⁴³ Il y a sans doute des pistes à creuser dans l’utilisation des compétences de “jeunes” retraités, qui pourraient avoir le désir de faire partager et de transmettre leur expérience professionnelle dans le cadre d’actions de développement. Le ministère des affaires étrangères mène déjà des actions dans ce sens. Elles doivent être encouragées.

QUELQUES ACTIONS VISIBLES A L'AUBE DU XXI^{EME} SIECLE

Les enjeux de la société de l'information sont souvent insaisissables pour ceux qui n'y ont pas accès. Il faut rendre visible les raisonnements et les concepts pour permettre à tous de se les approprier. Sans goût particulier pour les “ grosses machines ”, nous pouvons avoir **l'ambition** d'actions phares et pionnières, qui indiquent des directions et qui surtout, expérimentent. **Matérialisons l'immatériel.**

1. Les “ Villas Médicis numériques ”

Aujourd'hui, les centres culturels français rayonnent peu en dehors du pays où ils sont implantés. Ils n'ont pas, ou rarement, d'effets retour vers la France. En revanche, **la Villa Médicis²⁴⁴**, parce qu'elle accueille des artistes français en résidence, parce qu'elle suscite des va-et-vient entre les cultures française et italienne, et, de fait, entre les cultures européennes, bénéficie d'un prestige international réel.

Il nous faut imaginer nos “ Villas Médicis ” du XXI^{ème} siècle, tournées vers les technologies de l'information et mises en réseau.

Le concept est simple. Ce sont **des lieux renommés**, à l'architecture et à l'équipement soignés, ouverts sur les villes, les pays et les régions où ils sont implantés, qui accueillent sur concours **des créateurs dans des domaines particuliers** ou sur une thématique particulière. Ce sont en quelque sorte **des “ capital risqueurs ” de la création.**

Ces Villas peuvent être de types différents. Nous en avons imaginé plusieurs :

La “ Villa d'Alexandrie ”, consacrée aux nouvelles formes d'écriture et à l'édition numérique. Elle bénéficierait de la présence de la Biblioteca Alexandrina, ambitieux projet piloté par l'UNESCO.

²⁴⁴ www.medicis.org/jardin/

La “ Silicon Villa ” dédiée à l'infographie et aux images virtuelles. Elle pourrait être installée dans la Silicon Valley. Elle pourrait être mise en œuvre en collaboration avec plusieurs universités de technologie et des grandes écoles.

La “ Villa Médicis des entrepreneurs ” implantée en Asie, à Hong-Kong ou dans une ville indienne accueillerait des diplômés d'écoles de gestion et de management pour qu'ils élaborent sur place des projets de création d'entreprise sur des marchés étrangers.

La “ Villa de Dakar ” pourrait être spécialisée dans les traitements du son et de la musique.

En Amérique latine, une villa pourrait être implantée en Argentine autour du spectacle vivant et des technologies.

Ainsi, à travers ces projets seront fixées des priorités, notamment des priorités de visibilité, qui peuvent, à elles seules, rendre plus crédible l'ensemble de notre coopération dans ce domaine. Ce programme pourrait également revivifier le réseau des **centres de recherche en sciences humaines et sociales** sous la tutelle conjointe du ministère des affaires étrangères et du ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie.

<i>Mettre en œuvre un programme de “ villas Médicis numériques ”</i>

2. L'exposition numérique universelle

Dès le XIXème siècle, les États ont vu dans les expositions universelles un bon moyen de modifier leur image. La Tour Eiffel n'a-t-elle pas été conçue, avant tout, comme un symbole du savoir faire français dans le domaine de la construction métallique.

Aujourd'hui encore, il s'agit de donner de la France une nouvelle image, plus conforme à son développement technologique, industriel, économique et commercial.

Imaginons un site internet multilingue, utilisant **des techniques de “3D” (graphisme en trois dimensions)**, rassemblant une **centaine de partenaires publics et privés, sélectionnés** sur leur notoriété à l'étranger ou sur leur maîtrise des technologies de pointe du Web. Une telle initiative pourrait connaître un fort retentissement international et le lancement du site pourrait être relayé par les actions de communication engagées pour les célébrations prévues pour l'an 2000.

Trois raisons, au moins, peuvent nous inciter à concevoir un tel site. Beaucoup d'entreprises françaises sont reconnues comme des leaders mondiaux du jeu et des algorithmes graphiques en “3D”. De plus l'augmentation des débits de communication des micro-ordinateurs et l'augmentation des puissances de calcul des microprocesseurs permettra à de plus en plus d'utilisateurs, notamment professionnels, de naviguer sur des sites en trois dimensions. Enfin, l'arrivée de l'an 2000 est un événement que l'on pourrait utilement mettre à profit.

Beaucoup de corps de métiers pourraient être appelés pour coopérer à ce projet, notamment les **architectes**, qui pourraient trouver dans ce cyber-espace en trois dimensions, un lieu virtuel adéquat pour réaliser un projet architectural ambitieux.

Il serait souhaitable que l'ensemble des marques qui assurent le rayonnement de la France se retrouvent sur ce site. Il serait donc nécessaire d'associer, dès le début du projet, les grandes entreprises françaises. Le CIGREF, club informatique des grandes entreprises françaises, pourrait utilement apporter son expertise pour la coordination technique du projet.

On peut également imaginer de rendre ce site disponible sur cédérom ou DVD-ROM, pour pallier les problèmes de débits. Ce cédérom pourrait être diffusé de la même façon que les supports promotionnels prévus précédemment.

Mettre en œuvre une exposition universelle numérique en trois dimensions, en liaison avec la mission pour la célébration de l'an 2000

Une exposition internationale sur le français

La mission pour la célébration de l'an 2000 a le projet d'organiser une exposition internationale sur le français dans plusieurs grandes

villes francophones : Lyon, Bruxelles, Montréal, et, pourquoi pas, une ville francophone du Sud.

Cette exposition reflétera la grande diversité de la langue française, faite d'accents et de particularismes mais qui lie le peuple de France et l'ensemble des francophones.

L'exposition sera un spectacle et une fête car la langue est aussi un plaisir : des berceaux de la langue à la tour des dictionnaires, le visiteur pourra voyager à travers l'histoire de la langue française, sa "géographie" et faire connaissance avec les créateurs qui lui sont attachés.

L'exposition fera bonne place aux technologies numériques et à l'internet et le visiteur pourra prendre connaissance de la créativité des francophones pour ce qui concerne les contenus et les technologies, montrant que le français est une langue qui vit dans son temps, qui l'accompagne et parfois même le précède.

3. L'Encyclopédie numérique du XXIème siècle

Les encyclopédistes du XVIIIème siècle, dirigés par Diderot, avaient pour ambition de rendre compte des progrès de l'humanité dans tous les domaines en donnant une place majeure aux techniques. Plus de cent cinquante collaborateurs, dont Voltaire, Montesquieu, Condillac mais aussi de nombreux spécialistes, notamment des médecins, ont participé à cette œuvre colossale.

Si les encyclopédistes avaient connu l'internet, nul doute qu'ils en auraient fait leur outil de travail privilégié.

La France peut être à l'origine d'un nouveau projet encyclopédiste pour le XXIème siècle. Les plus grands savants et spécialistes peuvent être sollicités pour écrire des articles qui prendraient place dans une trame élaborée, par exemple, par l'Académie des sciences. On pourrait également imaginer que ce projet soit multilingue. Cette initiative pourrait être prise par l'Institut sous l'impulsion et avec la collaboration de plusieurs ministères, dont le ministère chargé de la recherche, le ministre de la culture et le ministère des affaires étrangères.

Mettre en œuvre, sous la coordination de l'Institut, un projet d'encyclopédie du XXIème siècle

4. La promotion de l'internet : faire la fête et au delà

Le 20 mars 1999, jour du printemps et journée internationale de la francophonie, se déroulera **la deuxième fête de l'internet**²⁴⁵, à l'initiative de plusieurs associations, avec le soutien de l'État, et en particulier du ministère de la culture et de la communication et du Service d'information du Gouvernement. Conçue sur le modèle de la fête de la musique, cette initiative a l'ambition de montrer l'internet sous un jour moins froid que celui des écrans d'ordinateur. **Comme le rappellent les organisateurs : c'est une fête.**

Si cette fête doit se pérenniser, il faudra sans doute imaginer des thématiques annuelles. Il nous semblerait particulièrement intéressant de travailler, par exemple, autour de **la radio sur l'internet** et de mettre en valeur **les musiques actuelles**. Ce serait une occasion formidable de motiver les jeunes. **Un concours de publicité sur l'internet** serait aussi très certainement porteur et permettrait de faire mieux connaître les talents de graphistes présents en France. Enfin, **des "ventes sur l'internet"**, pourquoi pas en euros, permettraient d'expérimenter en grandeur réelle les nouvelles pratiques de commerce électronique. À ce titre, l'idée de Bruno Oudet, Président du chapitre français de l'Internet-society, de lancer **une "grande brocante virtuelle" européenne et en euros** est tout à fait passionnante.

Comme les années précédentes, les opérateurs de la francophonie doivent étudier le moyen de proposer aux autres pays francophones de faire de la fête de l'internet, **la fête de l'internet francophone**.

Pérenniser la fête de l'internet et la rendre thématique

²⁴⁵ <http://www.fete-internet.fr>

CONCLUSION

La présence internationale de la France, présence politique, économique, culturelle et linguistique a des conséquences immédiates et importantes sur notre société car les échanges internationaux, qu'ils soient commerciaux ou culturels, sont créateurs de richesse et d'emploi. Dans l'espace numérique, se définissent dès maintenant les modalités des échanges de demain. Être bien présents maintenant dans cet espace, c'est assurer notre avenir. Si nous sommes performants, nous créerons de l'emploi en France et, par des stratégies de co-développement, des emplois chez nos partenaires. En effet, le commerce électronique va promouvoir une ouverture, une concurrence et une transparence. Des pratiques commerciales nouvelles vont s'imposer sur l'ensemble des marchés. Dans une interactivité totale, c'est le client qui plus qu'avant, pilotera la transaction. Il nous faut donc être pionniers sur ces territoires nouveaux.

Pour cela, il faut continuer à nous mobiliser. Produire et diffuser des contenus, les traduire et les adapter pour les marchés étrangers, les promouvoir de la façon la plus large possible. S'il demeure quelques freins, il faudra les desserrer. **Trop souvent, ces obstacles viennent d'un manque de concertation et de négociation.** C'est aussi le rôle de l'État de réunir et de coordonner pour, par exemple, apaiser les débats autour de la propriété intellectuelle, pour structurer l'offre d'enseignement à distance ou pour présenter l'offre française sur l'internet. Cette volonté de décrispation est nécessaire pour aller de l'avant.

Les propositions que nous faisons dans ce rapport, bien que d'ordre différent, ont souvent le point commun de ne pouvoir être mises en œuvre par un seul département ministériel. Il faut que nous trouvions la voie **d'un meilleur fonctionnement entre nos administrations** et les technologies de l'information peuvent nous y aider. Il en va de même pour les dispositifs de soutien que nous préconisons.

Et puis il faut oser. Nous ne devons pas nous contenter de petites mesures à la marge et de saupoudrage. La France, dans la société de l'information, doit avoir l'ambition de mener des actions fortes et visibles. Osons modifier le droit quand cela est nécessaire. Osons redéployer nos financements en fonction de nouvelles priorités. Osons dynamiser le fonctionnement de l'administration. Les Français attendent beaucoup.

Les Français ont compris les enjeux de la société de l'information car ils sont attentifs à ce qui se passe au delà de leurs frontières. Il ont la curiosité des autres, cette immense envie de communiquer. S'ils veulent légitimement rester eux-mêmes, les Français ne souhaitent pas être enfermés dans une seule culture et une seule langue, serait-ce leur culture et leur langue. Pour l'immense majorité des Français, l'internet est une chance nouvelle de voyages afin d'être en prise avec le monde. Il faut donc veiller à rendre disponibles les outils qui permettent de passer d'une langue à l'autre, de traduire et d'être traduits. Naviguer sur la Toile, c'est naviguer dans l'océan des langues et croiser ainsi le désir de France.

ANNEXE II : PERSONNALITES RENCONTREES

Hubert Védrine, ministre des affaires étrangères

Dominique Strauss-Kahn, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie

Catherine Trautmann, ministre de la culture et de la communication

Charles Josselin, ministre délégué à la coopération et à la francophonie

Bernard Kouchner, secrétaire d'État à la santé

Jacques Dondoux, secrétaire d'État au commerce extérieur

Christian Pierret, secrétaire d'État à l'industrie

André Abbou, président de l'Observatoire français des industries de la langue

Jean-François Abramatic, président du consortium international W3C

Serge Adda, président de Canal+ Horizons, accompagné de **Henri Kebabdjian**, chargé de l'achat cinéma et webmestre du site web de Canal+ Horizons

Jean-Jacques Aillagon, président du Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, président de la mission pour la célébration de l'an 2000

Dominique Alduy, directeur général du journal Le Monde, accompagnée d'**Alain Giraud**, président du Monde Interactif

Pierre-Michel Amiel, directeur associé de PRLINE

Jean-Pierre Angremy, de l'Académie française, président de la Bibliothèque nationale de France, accompagné de **Daniel Renoult**, directeur de l'informatique et des nouvelles technologies

Jean-Pierre Arbon, président des Éditions 00h00.com

Christian Artin, webmestre du site du groupe de rap IAM

Luc Asselin de Williencourt, sous-directeur de l'information à la direction de la presse, de l'information et de la communication du ministère des affaires étrangères

Jacques Attali

Laurent Aublin, directeur de la coopération culturelle et linguistique au ministère des affaires étrangères

Agnès Audier, chargée de mission auprès du président de Vivendi, accompagnée de **Marie-Thérèse Stuart-Fioravante**, conseiller auprès de la direction générale

Thierry Audric, directeur adjoint de la coopération scientifique et technique au ministère des affaires étrangères

Michel Balluteau, sous-directeur de la presse écrite et de l'information au Service juridique et technique de l'information et de la communication, accompagné de **Jacques Louvier**, chef du bureau du régime juridique de la presse écrite et des services d'information

Jean-Claude Balmes, chef de bureau à la sous-direction de l'éducation, de la recherche et de la culture au ministère de la coopération et de la francophonie

Simon Barry, sous-directeur du développement des services de communication au Service juridique et technique de l'information et de la communication

Pierre Bayle, conseiller pour la communication au cabinet du ministre de la défense

Louise Beaudoin, Ministre de la culture et des communications à Montréal

Antoine Beaussant, président du Groupement des éditeurs de services en ligne (GESTE) et président directeur général de ABI multimédia, accompagné de **Nicolas Ros de Lochounof**, directeur juridique de Transiciel et conseiller juridique auprès du GESTE et de **Laurence Bailloux**, chargée de mission

François Belorgey, conseiller technique au cabinet du secrétaire d'État au commerce extérieur

Roland Blatmann, sous-directeur de la coopération décentralisée et non gouvernementale à la direction de la coopération scientifique et technique du ministère des affaires étrangères

Stéphane Boujnah, conseiller technique au cabinet du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie

André Boulerice, député de Sainte-Marie (Québec)

Hervé Bourges, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)

Boutros Boutros-Ghali, secrétaire général de la Francophonie

Michel Boyon, président-directeur général de Radio France, accompagné de **Daniel Boudet**, conseiller du président

Gilles Braun, chargé de mission à la direction de la technologie du ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie

Francis Brun-Buisson, chef du Service juridique et technique de l'information et de la communication (SJTl)

Yves Brunsvick, vice-président de la Commission française pour l'Unesco

Stéphane Cagnot, chargé de mission pour les nouvelles technologies à la direction régionale des affaires culturelles d'Île de France

Robert Cailliau, chef du web office au CERN

Géraldine Capdeboscq, directeur de la stratégie et du partenariat du groupe BULL

Olivier Carmet, directeur général de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD), accompagné de **Janine Lorente**, directeur des affaires internationales

Jean-Marie Cavada, président-directeur général de Radio France outre-mer (RFO)

Monique Charbonneau, présidente-directrice générale du CEFRIQ, Québec

Yves Charpentier, conseiller technique pour les technologies au cabinet du ministre des affaires étrangères

Josseline de Clausade, chargée de mission pour les relations culturelles, scientifiques et techniques et la francophonie auprès du ministre des affaires étrangères

Jérôme Clément, président de la Sept-Arte

Jean-Paul Cluzel, président-directeur général de Radio France internationale (RFI)

Yves Cochet, vice-président de l'Assemblée nationale, député du Val d'Oise

Dominique de Combles De Nayves, directeur du cabinet du ministre de la défense

Jozef Cornu, directeur général d'Alcatel Telecom

Arnaud Corpet, éditeur du site Web Site Story

Marc Couraud, conseiller technique au cabinet du ministre de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie accompagné de **Pauline Veron**, attachée parlementaire

Jean-Claude Cousseran, directeur d'Afrique du Nord et du Moyen Orient au ministère des affaires étrangères

Paul-Marie Couteaux, professeur à l'université Paris VIII et à l'Institut d'études européennes

Charlérie Couture, écrivain, musicien, artiste multimédia

Édith Cresson

Clara Danon, sous-directeur des technologies éducatives et des technologies d'information au ministère de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie

André Danzin, président du forum international des sciences humaines

François David, président-directeur général de la Coface

Jean-Christophe Deberre, directeur adjoint du cabinet du ministre délégué à la coopération et à la francophonie

Alain Decaux, de l'Académie Française, ancien ministre

Roger Dehaybe, administrateur général de l'agence de la francophonie, accompagné de **Danièle Toulemont**, conseiller spécial

Pascal Delannoy, directeur de la rédaction de France-Info

Paul-Henri Denieuil, président du Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France

Thierry Desurmont, directeur général adjoint de la Sacem, accompagné de **Jacques Blache**, directeur des relations institutionnelles, conseiller auprès du président du Directoire

Jean Digne, directeur de l'association française d'action artistique (AFAA)

Jean-Christophe Donnelier, sous-directeur environnement extérieur et intelligence économique à la direction des relations économiques extérieures du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie

Matthieu Douxami, chef de service à l'Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs (AGESSA), accompagné de **Solange Rémy**, chef du service diffuseur

Cyrille Du Pelloux, directeur général de Télévision par satellite (TPS)

Bernard Dufau, président-directeur général d'IBM France, accompagné de **Guy Viel**, conseiller aux relations extérieures

Anne Durupty, directeur général du Conseil supérieur de l'audiovisuel, accompagnée de **Jean-Claude Larue**, directeur des nouvelles technologies

Daniel Duthil, président de l'Agence de protection des programmes (APP)

Gérard Eymery, président-directeur général de France Télécom Multimédia, accompagné de **Pierre Constantin**, directeur de la communication

Stélio Farandjis, secrétaire général du Haut conseil de la francophonie, accompagné d'**Alexandre Wolff**, chargé de mission

Hervé Fischer, président de la Cité des arts et des nouvelles technologies au Québec

Frédéric Fillioux, vice-président du GESTE et directeur des éditions électroniques du journal Libération

Patrice Fournier, directeur de la Cinquième-développement et directeur de la Banque de programmes et de services (BPS)

Gilles Galud, président de GEDEON communications

Jean Garbe, inspecteur des affaires étrangères

Jean-Daniel Gardère, directeur général du Centre français du commerce extérieur (CFCE), accompagné de **Jean-Pierre Clausse**, directeur attaché à la direction générale

Gilles Gauthier, chef du service des affaires francophones au ministère des affaires étrangères, accompagné d'**Étienne Wermester** et de **Franck Vermeulen**, chargés de mission

Stève Gentili, président du forum francophone des affaires

Marc Gentilini, président de la Croix rouge française

Jacques Gérard, président de l'Association démocratique des français à l'étranger (ADFE), président de la commission des affaires économiques, fiscales et financières du conseil supérieur des Français de l'étranger

Jean-Pierre Gérault, directeur général de Xerox France et président de l'association "Gutenberg XXIème siècle", accompagné de **Michèle Huignard**

Alain Giffard, conseiller technique au cabinet de la ministre de la culture et de la communication

Claude Got, conseiller technique au cabinet du secrétaire d'État à la santé

Xavier Gouyou Beauchamps, président-directeur général de France Télévision

Valéry Grancher, lauréat 98 de la "Villa Médicis hors les murs"

Stéphane Grand-Chavin, directeur du développement international de Montparnasse Multimédia

Hervé Gruenais, directeur de la Centrale de l'édition

Jean-Claude Guédon, Professeur à l'université de Montréal

Jean Guérette, Directeur général de la politique de la radiodiffusion et de l'innovation au ministère du patrimoine du Canada

David Guez, artiste multimédia

Pierre Guidoni, secrétaire national du Parti socialiste aux relations internationales

Adélarde Guillemette, sous-ministre adjoint chargé des communications et des inforoutes au ministère de la culture et des communications du Québec

Michel Guillou, président de l'Agence francophone de l'enseignement supérieur et de la recherche, accompagné de **Leila Rezk**, directeur du Cabinet du recteur et de **Didier Oillo**, coordonnateur du fonds francophone de l'information, directeur de l'Université virtuelle francophone

Daniel Hangard, directeur général de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), accompagné de **Denis Croze**, chargé du service des affaires multilatérales

Michel Hervé, maire de Parthenay

François Huber, directeur de l'ingénierie des systèmes d'information et des télécommunications à La Poste

Jean-Michel Hubert, président de l'Autorité de régulation des télécommunications, accompagné de **Dominique Roux**, professeur d'université, membre du collège de l'ART

Patrick Imhaus, président-directeur général de TV 5, accompagné de **Gilles de Peslouan**, responsable informatique des nouvelles technologies

Monique Jolin, directrice générale pour la France au ministère des relations internationales du Québec

Daniel Kaplan, consultant, vice-président du chapitre français de l'Internet society

Jean-Claude Karpeles, président du CFME.ACTIM

David Kessler, conseiller au cabinet du Premier ministre

Jan Kounen, réalisateur

Gérard La Cognata, directeur adjoint chargé de la coordination au ministère de la coopération et de la francophonie

Jean-Pierre Lafosse, sous-directeur des pays en développement à la direction de la coopération scientifique et technique du ministère des affaires étrangères

Isabelle de Lamberterie, juriste, directeur de recherche au CNRS

Claude Latour, conseiller commercial à la direction des relations économiques extérieures du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie

Guy Lavenant, directeur de l'Union des chambres de commerce et d'industrie françaises à l'étranger

Pierre-Yves Le Bihan, délégué général du Club informatique des grandes entreprises françaises (CIGREF), accompagné d'**Armel Guillet**, chargé de communication

Alain Le Diberder, directeur des nouveaux programmes de Canal +

Alain Le Gourriérec, directeur de la coopération scientifique et technique au ministère des affaires étrangères

Antoine Lefébure, président-directeur général de TMs

Jean-Luc Legall, conseiller technique au cabinet du secrétaire d'État à l'industrie

Pierre Lescure, président-directeur général de Canal +

Gabriel Lessard, Directeur des affaires de la francophonie au ministère des affaires étrangères et du commerce international du Canada

Martin Lipmann, Les Fruits du Baobab, accompagné de **Blaise Mercier**

Francis Lorentz, président de l'Établissement public de financement et de restructuration (EPFR)

Berthrand Luckacs, chirurgien des Hôpitaux de Paris, urologue, chargé de mission à la mission pour l'informatisation du système de santé

Anne Magnant, déléguée générale à la langue française au ministère de la culture et de la communication

Guilhène Maratier-Declety, directeur des relations internationales, adjointe au directeur de l'enseignement à la chambre de commerce et d'industrie de Paris, accompagnée de **Bernard Lévêque**, directeur du centre de langues des affaires et des professions

Thomas Marten, foreign service officer in charge of telecommunications and Internet policy à l'Ambassade des États-Unis en France

Patrice Martin-Lalande, député du Loir-et-Cher, co-président du groupe d'études de l'Assemblée nationale sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication, accompagné d'**Annabelle Jaeger**, attachée parlementaire

Ka•s Marzouki, membre du bureau de l'IRIS

Méryem Marzouki, membre du bureau de l'IRIS

Henri de Maublanc, président de l'AFTEL, président-directeur général de Clarisse et de Politel

Dominique Mauduit, président de Publicis technology

Patrick Metzle, éditeur du site Web Site Story

Michel Meyer, président-directeur général de Multimania Production

Jean Miot, président-directeur général de l'Agence France Presse (A.F.P.)

Gérard Moine, directeur des relations extérieures de France Télécom, accompagné de **Marie-Christine Peltier-Charrier**, chargée des relations institutionnelles

Annie Monnerie, secrétaire générale de la fédération internationale des professeurs de français (F.I.P.F)

Bernard Moreau, chargé de mission, bureau des technologies de l'enseignement au ministère de l'éducation nationale de la recherche et de la technologie

Michel Moreau, directeur général du Centre national d'enseignement à distance (CNED), accompagné de **Jean-René Bourrel**, directeur des affaires internationales

Jean-Claude Moyret, directeur de l'action audiovisuelle extérieure au ministère des affaires étrangères, accompagné de **Laurent Burin des Rozières**, chargé de mission

Philippe-Charles Nestel, professeur

Yves Neuville, inspecteur général au ministère de l'éducation nationale de la recherche et de la technologie, accompagné de **Jean-Louis Cortot**, ingénieur AFNOR

François Nicoullaud, directeur général des relations culturelles, scientifique et techniques au ministère des affaires étrangères, accompagné de **Max Pottin**, chargé de mission pour les nouvelles technologies de l'information et de la communication

Emmanuel Olivier, président directeur général de INDEX+, accompagné d'**Éric Leguay**, directeur du studio

Michel Oriano, conseiller technique au cabinet du ministre de l'éducation nationale, de la recherche et de la technologie

Bruno Oudet, président du chapitre français de l'Internet Society

Pierrette Petit, direction du développement international du ministère de la culture et des communications du Québec

Alain Petitjean, directeur général d'Eurostaf

Jean-Pierre Philippe, directeur du cabinet du secrétaire d'État au commerce extérieur

Emmanuel Pierrat, avocat au barreau de Paris, auteur de l'ouvrage Le droit d'auteur et l'édition

Roger Pilhion, directeur adjoint de la coopération culturelle et linguistique au ministère des affaires étrangères

Jean Postaire, directeur général de Nomade

Philippe Quéau, directeur de la division de l'information et de l'informatique à l'UNESCO

Bernard Quemada, vice-président du Conseil supérieur de la langue française

Nicole René, présidente de l'Office de la langue française, ministère de la culture et des communications du Québec

Bertrand Renouvin, écrivain et journaliste

Thierry Reynard, directeur adjoint d'Amérique au ministère des affaires étrangères

Jacques Rigaud, président-directeur général de RTL, président de l'Association pour le développement du mécénat industriel et commercial (Admical) et conseiller d'État honoraire, accompagné d'**Anne Coutard**, conseiller à la présidence

Jean-Didier Roisin, directeur des Affaires africaines et Malgaches au ministère des affaires étrangères

Maurice Ronai, chercheur à l'école des hautes études en sciences sociales

Hervé Rony, directeur général du syndicat national de l'édition phonographique (SNEP)

Joël de Rosnay, directeur de la stratégie de la Cité des sciences et de l'industrie

Blaise Rosnay, poète, créateur du site internet du Club des poètes

Michel Roussin, ancien ministre, adjoint au maire de Paris chargé de la francophonie

Hugo Sada, rédacteur en chef MFI internet, direction de la production internationale de RFI

Albert Salon, directeur adjoint chargé de la francophonie au ministère de la coopération et de la francophonie

André Santini, ancien ministre, député-maire d'Issy les Moulineaux, co-président du groupe d'études de l'Assemblée nationale sur les nouvelles technologies de l'information et de la communication

Nicole Sénécal, sous-ministre adjoint à la gestion stratégique au ministère du patrimoine du Canada

Michel Serres, de l'Académie française, philosophe et professeur

Pietro Sicuro, gestionnaire du fonds francophone des inforoutes à l'Agence de la francophonie

Anne Sinclair, directeur général adjoint de l'antenne, directeur général de TF1 entreprise, accompagnée de **Jean-Pierre Paoli**, secrétaire général de TF1, de **Pierre Marfaing**, directeur des nouvelles technologies et de **Christian Greulier**, directeur du studio multimédia

Bernard Siouffi, délégué général du syndicat des entreprises de vente par correspondance et à distance (SEVPCD)

Laurent Sorbier, chargé de mission au Commissariat général au plan

Marie-Monique Steckel, Présidente de France Telecom Inc. (Amérique du Nord)

Jean Stock, président-directeur général de TV 5 et président de CFI

Catherine Tasca, ancien ministre, présidente de la commission des lois de l'Assemblée nationale, députée des Yvelines

Alain Teitelbaum, président délégué du Comité Colbert

Pierre Tenard, conseiller technique au cabinet du ministre délégué à la coopération et à la francophonie

Marc Tessier, directeur général du centre national de la cinématographie (CNC), accompagné de **Claude Schiffmann**, chef du service multimédia, de **Patrick Farçat**, délégué au multimédia et de **Raphaël Millet**

Daniel Toscan du Plantier, président d'Unifrance film international

Agnès Touraine, président-directeur général d'Havas interactive

Stéphane Treppoz, président-directeur général d'AOL France

Jean-Noël Tronc, conseiller technique au cabinet du Premier ministre

Roger Tropéano, délégué national du Parti socialiste à la francophonie

Philippe Ulrich, directeur artistique de Cryo interactive

Jean-Louis Verdier, co-directeur de CETEC info, accompagné de **Annie-Ange Gaumondie**, co-directrice et de **Patrice Veneau**, réalisateur vidéo et multimédia, formateur

Philip Wade, conseiller pour les nouvelles technologies auprès du directeur du tourisme au ministère de l'équipement, des transports et du logement

Alain Van Der Malière, directeur régional des affaires culturelles d'Île de France

Christopher Yggdre, rédacteur en chef du journal " Les Périphériques vous parlent "

ANNEXE III : MISSIONS A L'ETRANGER

Brésil

Canada, Québec, New-York (Patrick Bloche)

Égypte

Hongrie

Israël

Japon

Pologne

Sénégal

Vietnam

ANNEXE IV : L'ÉGYPTE, VERS DE NOUVELLES COOPERATIONS²⁴⁶

L'Égypte produit, par tradition, un grand nombre de contenus culturels en direction de l'ensemble du monde arabe : livres, films, chansons, programmes de télévision. Elle ne pouvait être insensible aux technologies numériques de l'information et de la communication, tant pour l'internet et le multimédia que pour la télévision par satellite.

Le Gouvernement égyptien a manifestement pris la mesure des enjeux liés à ces technologies et met en œuvre une politique déterminée en la matière. Le dispositif français de coopération a programmé plusieurs actions intéressantes dans le domaine de l'éducation et de la formation.

L'internet

Le gouvernement égyptien a défini une politique très volontariste pour le développement de l'internet, directement pilotée par le Cabinet du Premier ministre. La politique de l'Égypte se structure sur trois axes principaux : **la coopération avec le secteur privé**, notamment pour la fourniture d'accès et de services au public. L'Égypte a suscité la création d'une quarantaine de fournisseurs de services pour l'internet en veillant à ce qu'ils soient répartis sur l'ensemble du territoire ; **la formation des ressources humaines** : l'Institut des technologies de l'information (iTi) a un programme de formation ambitieux et innovant puisqu'il vise à donner à des non informaticiens diplômés de l'enseignement supérieur, parfois déjà en activité, les compétences nécessaires à la création de contenus multimédias de qualité ; la coopération régionale : l'Égypte a compris l'importance politique des négociations internationales en cours sur la régulation de l'internet et souhaite jouer un rôle majeur dans ce domaine, pour l'Afrique d'une part et le monde arabe d'autre part.

Pour le gouvernement égyptien, l'enjeu principal réside dans la création et la mise à disposition de contenus en arabe à vocation régionale, particulièrement dans les domaines de la culture (préservation et promotion du patrimoine culturel), de l'éducation, du tourisme, mais aussi du commerce électronique.

L'audiovisuel numérique

²⁴⁶ Patrick Bloche est président du groupe d'amitié France-Égypte à l'Assemblée nationale

L'Égypte s'est dotée de capacités satellitaires numériques importantes qui lui permettent de proposer une offre très importante de canaux numériques vers le monde arabe. Le Président Moubarak a inauguré récemment un complexe important de production de programmes audiovisuels, "Mediacity", destiné notamment à alimenter ces canaux satellitaires.

La présence de la France et du français dans ce nouveau paysage

La France pourrait être mieux présente dans ce nouveau paysage. Si elle bénéficie de points d'appui importants dans le domaine des télécommunications, ce n'est pas le cas dans les secteurs liés à l'informatique : matériels, ordinateurs personnels, logiciels. Elle est également largement absente pour ce qui concerne la coopération pour la production de contenus et de services multimédias.

L'Égypte a défini et entrepris des projets ambitieux dans de nombreux domaines : préservation de manuscrits, bibliothèques, musées, musique arabe, (programme "Cultureware", université virtuelle). Or, nous disposons dans ce secteur de compétences importantes. Le Poste a commencé à mettre en oeuvre une coopération intéressante et prometteuse dans le domaine de la formation de haut niveau en informatique entre l'ITi et l'INRIA de Rennes. Quelques projets pourraient voir le jour dans le domaine du télé-enseignement, en relation avec les filières francophones des universités.

Pour ce qui concerne le français, il n'existe quasiment aucun site internet égyptien dans notre langue. Notre Poste diplomatique va prochainement ouvrir un site, conçu de façon très habile comme le point d'entrée privilégié du dispositif français en Égypte et dont on peut apprécier qu'il soit également disponible en arabe. À Alexandrie, grâce au centre "Syfed" de l'AUPELF-UREF, placé au sein de l'université francophone Léopold Sedar Senghor, des capacités d'hébergement de contenus, de connexion et de formation ont été mis à disposition du centre culturel français. Un projet de journal multimédia réalisé avec les écoles d'Alexandrie verra le jour prochainement : l'Électron libre.

Toutes les pistes n'ont pas encore été explorées. Or, **l'absence de la France et du français en Égypte, dans ce domaine, aura des conséquences négatives** sur nos relations avec ce pays, mais aussi dans l'ensemble du monde arabe, tant le marché égyptien des contenus et des services a vocation à demeurer un marché directeur pour cette région.

Quelques pistes et propositions

Il serait possible de mailler l'internet français avec l'internet égyptien naissant en proposant, à partir du site de l'Ambassade, une sélection de sites français sur le monde arabe. Pour ce qui concerne les contenus, il est important de mieux faire connaître l'internet français en diffusant, y compris par les supports traditionnels, des informations sur les sites français les plus intéressants et sur les initiatives de la France dans ce domaine. Par exemple, l'exposition prestigieuse de peinture française au Caire aurait pu être l'occasion de présenter l'offre muséale française sur l'internet ou sur cédérom²⁴⁷.

Le droit demeure un enjeu. La francophonie et le droit demeurent très liés en Égypte L'Agence de la francophonie a entamé une action pour la constitution d'une base de données juridiques bilingue arabe-français, qui présente les principaux textes juridiques de plusieurs pays. Cette initiative ambitieuse mérite un soutien important.

Pour ce qui concerne la conservation du patrimoine, l'influence française dans les domaines de l'archéologie, de l'égyptologie et des études arabes n'est pas négligeable. Il serait intéressant d'explorer davantage, avec nos partenaires égyptiens, comment contribuer à valoriser, grâce au multimédia, le patrimoine égyptien. Cela a été tout particulièrement bien compris par le Centre d'études Alexandrines de Jean-Yves Empereur.

Pour l'éducation et la formation, il faut que la France trouve le moyen d'être mieux présente dans le projet égyptien d'université virtuelle, au delà de la stricte coopération avec les filières francophones des universités.

Sur le plan technique, il serait nécessaire d'étudier les possibilités de concertation sur les standards et les normes techniques permettant un meilleur portage de l'arabe sur le réseau (soutien à la présence égyptienne dans les différentes instances compétentes, par exemple). Il serait également judicieux de poursuivre des pistes de coopération dans le domaine de l'ingénierie linguistique (analyse automatique, synthèse et reconnaissance vocales, traduction automatique) Il existe un laboratoire de recherche dans ce domaine à l'Université El Chems.

Développer une politique ambitieuse à Alexandrie

²⁴⁷ Il était frappant, par exemple, de constater que toutes les affiches annonçant les représentations d'A•da à l'opéra du Caire proposaient de se connecter sur un site dédié à cette manifestation : www.aida-pyramids.com.

La France et l'Europe pourraient imaginer pour Alexandrie une politique ambitieuse et imaginative, à la mesure des enjeux spécifiques portés par cette ville, qui a **une forte visibilité internationale**.

Port méditerranéen de moyenne importance, en dehors des circuits touristiques, l'importance d'Alexandrie ne réside pas dans l'influence politique ou économique qu'elle a en Égypte mais dans sa visibilité internationale, voire dans la part de " rêve oriental " qu'elle véhicule.

Des points d'appui existent : **la Biblioteca Alexandrina**, projet piloté par l'Unesco et auquel la France participe (cf. infra) ; **le Centre d'études alexandrines** : les actions de fouilles archéologiques menées par ce centre bénéficient d'une forte visibilité dans le monde entier. Il conviendrait de trouver les moyens de le renforcer. **Le centre culturel français, qui est aussi une résidence d'artistes**.

L'Égypte constitue un merveilleux cas d'école pour montrer comment les technologies de l'information peuvent renforcer la coopération de la France avec le monde arabe.

La Biblioteca Alexandrina :

La Biblioteca Alexandrina est un projet ambitieux de grande bibliothèque, en direction du monde arabe et de la Méditerranée, mais également à fort rayonnement international. Il peut concerner un espace culturel de 300 millions de personnes.

Le bâtiment de la bibliothèque, construit sur la corniche d'Alexandrie, sera achevé dès la fin du premier trimestre 1999. Il aura coûté 130 M\$ dont 65 ont été réunis grâce à une souscription internationale. L'élégance de son architecture ne dément pas l'ambition de ce projet placé sous l'égide de l'Unesco. La Commission française pour l'Unesco, comme la Délégation générale de la France auprès de cette organisation y attachent la plus grande importance.

La France s'est engagée dans ce projet de deux façons : par la mise à disposition de Madame Leroy (BPI, Institut du Monde arabe), puis de M. Grumberg (Pionnier de la BNF), spécialistes de haut niveau, auprès du directeur égyptien de la bibliothèque ; le financement d'études préalables, fonctionnelles, organisationnelles et relatives au système d'information, réalisées par la société française CAP-GEMINI grâce à une subvention de la DREE. Ces études ont abouti à la réalisation d'un prototype de système d'information qui a l'avantage de proposer un système trilingue qui assure la présence du français dans cette bibliothèque.

La présence de spécialistes français de haut niveau a permis de veiller à une bonne présence du français, d'envisager des coopérations dans le domaine de la numérisation du patrimoine égyptien (sur place ou en Égypte, par exemple les archives de la Compagnie de Suez), et de mener des actions de formation : 30% du personnel de la bibliothèque est maintenant francophone.