



HAL
open science

Les “ espaces des usages ” dans un espace public numérique à Pau

Nicole Lompré

► **To cite this version:**

Nicole Lompré. Les “ espaces des usages ” dans un espace public numérique à Pau. Colloque “ NTIC, Représentations, Nouvelles appropriations sociales ”, 28-29 octobre 2004, Dijon., 2004. halshs-00004877

HAL Id: halshs-00004877

<https://shs.hal.science/halshs-00004877>

Submitted on 7 Oct 2005

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les « espaces des usages » dans un espace public numérique à Pau

Nicole Lompré

Laboratoire Société Environnement Territoire

UMR 5603 du CNRS et Université de Pau

Domaine Universitaire, IRSAM, 64000 PAU

Tél : 05 59 40 72 67 Fax : 05 59 40 72 55

Mail : nicole.lompre@univ-pau.fr

Introduction

L'espace public numérique étudié ou « Centre Ressources Multimédia (CRM) » a été ouvert dans les années 92-93. Initié par le Groupe Caisse des Dépôts dans le cadre du programme « Développement et Solidarité » avec l'appui du Conseil Régional d'Aquitaine, il a bénéficié dès son lancement, du soutien de nombreux partenaires locaux (ANPE, CAF, CG Pyrénées Atlantiques, Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports, Mission Locale des Jeunes, Ville de Pau, etc...). Il permet l'accès de tous (jeunes et moins jeunes) aux nouvelles technologies, dans le but de favoriser la communication, l'information, la création, l'acquisition de connaissances par des méthodes personnalisées, en visant à favoriser l'insertion sociale et professionnelle des jeunes. Depuis 2003, il fait partie d'un réseau d'une vingtaine d'espaces publics numériques mis en place par la communauté d'agglomération de Pau, qui s'inscrit comme le volet social du projet « Pau Broadband Country. » sur lequel nous reviendrons. L'espace étudié fait donc partie d'un réseau récemment constitué. En pleine évolution, il est actuellement le plus grand espace du réseau avec 14 ordinateurs, avant l'arrivée d'une cyber-base au centre ville, dite « tête du réseau », attendue depuis avril 2003. On suppose que ce nouvel espace aura un impact sur l'espace étudié et apportera des changements, positifs ou négatifs, lors de l'ouverture de la cyber-base en 2005. De nombreux auteurs ont montré que les espaces publics numériques¹ permettent un usage des nouvelles technologies, tout en favorisant les interactions sociales (Eveno et al, 2003 ; Lægran, 2002). Notre hypothèse, est qu'ils constituent potentiellement un lieu favorable de diffusion d'une formation à la fois technique mais également civique car en mobilisant les outils techniques par l'intermédiaire d'Internet et des groupes de discussion, ils peuvent réinjecter de l'espace public au niveau local (Lompré N., Despin L., Lamigeon M., 2004). De plus, si 45 % des ménages français ont un ordinateur², ces espaces, sont-ils viables dans le temps, ou jouent-ils un rôle suffisamment important au niveau local pour être soutenus par les pouvoirs publics ?

¹ On compte 3864 espaces publiques numériques en octobre 2004, sur le site <http://delegation.internet.gouv.fr/>). Nous en comptons 2890 en avril 2002).

² Avec 30% de connexion sur Internet (Source Insee, enquête permanente sur les conditions de vie 2004).

1 Méthodologie

Dans un premier temps, nous resituons l'espace dans son contexte politique d'aménagement du territoire. Nous présentons ensuite nos résultats d'observations, entretiens et enquête écrite³, qui se sont déroulées sur une quinzaine de séances entre janvier et juin 2004, avant ou après utilisation des ordinateurs, à raison d'une après-midi par semaine. Pour compléter nos observations, nous avons étudié, de façon anonyme, les caractéristiques du fichier des inscriptions entre janvier et juin 2004. Nous développerons nos résultats selon cinq parties : analyse du contexte politique, description physique de l'espace, analyse globale de la population, usages observés des technologies, liens observés dans l'espace public.

2 Analyse du contexte de la politique d'aménagement

Le réseau des espaces publics numériques de l'Agglomération de Pau, s'est constitué en 2002 à la suite d'une étude qui visait à recueillir les besoins en termes informatiques des associations de l'agglomération, et leurs offres éventuelles en termes de formations informatiques. Parmi 350 associations sollicitées, 70 ont été interrogées, ce qui a permis de définir, celles qui pouvaient soutenir le réseau, et les services à proposer pour aider les autres (Lompré N., Despin L., Grimal H., 2003). Il faut noter que cette volonté de mise en réseau et d'alliances est issue d'un énorme chantier « Béarn XXI^{ème} siècle⁴ », qui visait à faire un diagnostic du territoire pour les années à venir. Ce projet a permis de dresser cinq plans d'actions comme une « étoile à 5 branches pour fixer une direction commune » (Jambes, 98 et 99 p. 16), avec les objectifs suivants : (1) renforcer l'ouverture du Béarn, « terre d'alliances », (2) développer une plate-forme de production et de services pivots du 3^{ème} pôle économique du Sud-Ouest, (3) s'organiser en nœud de réseaux de matière grise, (4) devenir une espace pilote dans le domaine de l'environnement, (5) aménager et mailler le territoire. Ces orientations se retrouvent au contrat de l'agglomération créée en janvier 2000. Ainsi, face à l'épuisement des gisements de Lacq, prévu aux environs de 2010, le développement de nouvelles activités est devenue une des priorités stratégiques du Béarn. Le territoire, qui négocie avec patience son autoroute Pau-Bordeaux, semble s'appuyer, pour attirer de nouvelles entreprises, d'une part sur les nouvelles technologies et d'autre part sur un concept de qualité de vie « Pau, la vie rêvée des villes »⁵, associés à un marquage publicitaire intense. C'est dans ce contexte de grands projets que « Pau Broadband Country » (PBC) est lancé en

³ Nous avons mis à disposition des utilisateurs un questionnaire pour savoir s'ils disposaient d'un ordinateur à la maison et pour savoir s'ils connaissaient d'autres espaces publics.

⁴ Mené sur 22 mois, avec la constitution de 12 commissions-projets et 2500 acteurs du territoire consultés.

⁵ Source : Pau notre ville, *Magazine municipal*, Octobre 2002.

Avril 2002, par la communauté d'agglomération de Pau, avec un budget de 35 millions € pour connecter l'ensemble des ménages et des entreprises, à travers un réseau de fibres optiques sur un planning de trois ans. Pour 30 € par mois (théoriques), les utilisateurs pourront ainsi bénéficier d'un réseau local à 10/100 Mégabits/s et expérimenter tout : voix sur IP, vidéo à la demande (VoD), Internet TV ou autres applications : e-administration, e-santé, e-éducation; e-commerce ou encore 3D interactif. Le projet PBC renforce principalement « Pau Cité Multimédia », technopôle d'entreprises informatiques, achevé en juillet 2000, rassemblant 25 entreprises et 280 salariés, avec à terme, 12 à 15 bâtiments et un objectif de 1000 emplois⁶. Parallèlement, en plein cœur de la ville, se transforme progressivement l'ancien bâtiment de Elf, en « *hôtel d'entreprises des @llées* » accueillant « PBC Learning center »⁷ et une dizaine d'entreprises dont la Société Paloise pour le Très Haut Débit (filiale SAGEM qui exploite le réseau dans le cadre d'une délégation de service public), Axione (opérateur télécoms), IPVSET (créée en juillet 2003, fournisseur de services), Broadcast Avenue (vidéo à la demande), HD2Net (solutions Broadcast et TV sur IP)⁸, etc.... Face à ce déploiement économique autour des NTIC, le « volet social » du projet PBC s'appuie sur une certaine visibilité de la cyber-base au centre de Pau, qui devrait permettre aux habitants d'expérimenter les services, et a constitué le réseau d'espaces publics numériques pour : (1) renforcer la qualité de vie en proposant des accès interactifs, (2) développer des échanges entre citoyens, (3) promouvoir l'action des associations⁹. Le réseau s'appuie ainsi sur les associations existantes pour faciliter l'appropriation des nouveaux services. Et pour renforcer les compétences, les animateurs peuvent suivre depuis 2004, une formation technique et pédagogique ou réutiliser à partir d'un site Web, la « boîte à outils du formateur » compilant toutes les fiches explicatives et les exercices effectués en formation.

3 Description physique de l'espace

L'espace est accessible chaque jour de 14h à 21h30 et le samedi de 13h à 18h¹⁰. Le système fonctionne sur la base d'une adhésion de 6 € et d'achats d'heures, à utiliser selon les besoins. Le tarif horaire est de 3.50 € Il existe des forfaits pour les moins de 25 ans, 10h à 16.60 € ou

⁶ Source : *Pyrénées Entreprises*, n° Hors série, juin 2004, p.4.

⁷ C'est-à-dire, une école d'ingénieurs en informatique (ESTEI, Ecole Internationale des Sciences du Traitement de l'Information), « La Foundry », centre d'incubation, de formation et de recherche, une plate forme mutualisée de recherche-développement, et des salles de conférences et de formation. Notons quand même l'abondance des termes anglais utilisés qui veulent situer le projet dans une envergure européenne.

⁸ Depuis sept 2004, deux nouvelles sociétés ont été créées : Web @ction (portail Internet pour les commerçants) et Vertego Informatique (formation informatique) source : <http://eco.agglo-pau.fr>

⁹ Source : Pau-Pyrénées-Communauté d'agglomération, 2003-2006, « *Du projet au contrat* ».

¹⁰ Cette simplification des horaires a été revue après 6 mois de fonctionnement. Les horaires trop variés (matin, après-midi et soir) se sont révélés complexes pour l'organisation des plannings.

25 € pour les plus de 25 ans, et un forfait (conseillé) de 20h à 33.50 € Les résidents bénéficient d'un tarif réduit. On peut distinguer deux espaces physiques distincts : la bibliothèque numérique et la salle multimédia. **La bibliothèque numérique** est accessible à l'entrée, près de l'accueil, et permet la consultation de dix-sept CDROM. Il s'agit d'encyclopedies (Découvertes, Encarta, Universalis, Médicale, Corps humain en 3 D, cuisine), de cartes (Atlas Mondial Encarta, AutoRoute Express Europe), d'un dictionnaire (Harrap's en douze langues), de codes (Dalloz et Locataire), de guides (En avant vers l'Euro, vie sexuelle, CV et lettres de motivations) et de loisirs (Le Louvre, Musée d'Orsay, Les plus belles randonnées des Pyrénées). Dans les faits, l'ordinateur bien qu'accessible en permanence, n'est pas utilisé, peut-être parce qu'il éteint et que rien autour n'incite à sa consultation. **La salle multimédia**, dite « CRM » (Centre Ressources Multimédia), est située au sous-sol du foyer¹¹. Cette salle, d'environ 35 m², se compose de trois pièces : une pièce comprend onze ordinateurs, une petite pièce, plutôt dédiée à la photo numérique ou pour isoler des travaux spécifiques comprend deux ordinateurs, un scanner et une webcam, enfin la troisième pièce est réservée au bureau d'accueil avec un ordinateur réservé aux animateurs. A cela s'ajoute une petite bibliothèque comprenant quelques livres et revues à consulter sur place. On peut noter que le parc informatique est vieillissant (Windows 98, Word 2000, etc...), mais fonctionne correctement, en particulier Internet, avec une connexion pour l'instant ADSL, en attendant le raccordement au réseau PBC. Chacun sait que « *l'association n'a pas les moyens de racheter systématiquement du matériel neuf.* » et les animateurs refont du neuf en récupérant les pièces des ordinateurs.

4 Analyse globale de la population fréquentant l'espace

Le Centre Ressource Multimédia (CRM) s'adresse aux résidents des deux foyers (Pau et Gelos), à deux autres résidences de l'association, à la population adhérente et aux organismes partenaires, via le biais d'une convention. Les données des utilisateurs ont été récemment informatisées, et nous avons extrait une période de six mois (du 2 janvier au 30 juin 2004). Le fichier étudié comprend 414 personnes inscrites au CRM avec une répartition de 231 garçons (56%) et 183 filles (44%). Les valeurs non renseignées sur l'âge sont exclues (136 individus). La moyenne d'âge, tous individus confondus, qui est globalement de 31 ans sur 278 individus. Le tableau 1 montre une répartition de 55% garçons et 45% filles et le tableau 2, une répartition de **42% de résidents** inscrits (118 individus) et **58% d'extérieurs** (160

¹¹ Dumortier et Menaut (2003) soulignent que les cybercafés de Dublin, sont « dépourvus de lumière naturelle, situés dans des locaux aveugles, parfois en sous-sol ».

individus). On constate une différence d'âge entre les deux groupes : **les résidents ont en moyenne 23 ans**, (le foyer est réservé aux jeunes) et **les extérieurs ont en moyenne 37 ans**, ce permet de dire qu'il est un véritable lieu de rencontres entre générations.

Age/Sexe			
	Nb	%	Age moyen
Garçons	153	55%	29
Filles	125	45%	34
Total	278	100%	31

Tableau 1 : Age moyen en fonction du sexe

Age/Statuts			
	Nb	%	Age moyen
Résidents	118	42%	23
Extérieurs	160	58%	37
Total	278	100%	31

Tableau 2 : Age moyen en fonction du statut

Les 42% de résidents inscrits au CRM sont âgés en moyenne de 23 ans (répartis en 74% de garçons et 26% de filles, ce qui est sans doute aussi le cas au foyer), alors que les 58% d'extérieurs sont âgés en moyenne de 37 ans avec plus de filles (59%) que de garçons (41%). Ce résultat semble confirmer que « *l'usage d'Internet varie moins par le lieu d'accès que le type d'utilisateurs* » (Boase et al., 2003) et module l'idée que seuls les jeunes (en grande majorité des garçons) fréquentent les espaces publics (Arnaud et Perriault, 2002)¹².

4.1 Origine géographique

La population qui fréquente le CRM vient principalement de Pau (67%), de Gelos (21 %, de résidents du foyer de Gelos) et 12 % vient des communes avoisinantes, soit 34 personnes sur 291 données renseignées sur la ville.

4.2 Niveaux de formation

Le tableau 3 montre que les utilisateurs en dessous du bac représentent la population la plus importante, aussi bien pour les résidents que pour les extérieurs. La population suivante est celle des bac +3 ou plus. Ce sont plutôt les extrêmes qui viennent. On fait l'hypothèse que ceux qui n'ont pas de diplômes viennent plutôt se former et que les diplômés viennent plutôt se connecter et enrichir leurs connaissances.

Résidents			Extérieurs		
	Nb	%		Nb	%
Pas de formation	4	4,8%	Pas de formation	6	5,0%
En-dessous du Bac	35	41,7%	En-dessous du Bac	38	31,4%
Bac	15	17,9%	Bac	14	11,6%
Bac +2	10	11,9%	Bac +2	26	21,5%
Bac +3 ou plus	20	23,8%	Bac +3 ou plus	35	28,9%
Formation étrangère	0	0,0%	Formation étrangère	2	1,7%
Total	84	100%	Total	121	100%

Tableau 3 : Formation en fonction du statut (Résidents/Extérieurs) sur 205 données

¹² Voir également l'enquête <http://www.cyber-institut.org/epm/news/!enquete.htm#paysage>

4.3 Statut

Le tableau 4 distingue les utilisateurs en fonction de leur statut résidents-étrangers. La moitié des résidents sont en activité (53%) ou étudiants (35%), alors que les étrangers sont en activité (42%), ou sont demandeurs d'emploi (34%). De plus, on peut noter un nombre relativement significatif de retraités (10%) venant de l'étranger.

	Résidents		Étrangers	
En activité	55	53%	67	42%
Étudiants	36	35%	19	12%
Demandeurs d'emploi	12	12%	54	34%
Retraités	0		16	10%
Mères au foyer	0		4	3%
Total	103	100%	160	100%

Tableau 4 : Formation de la population en fonction du statut résidents/étrangers

4.4 Fréquentation du CRM

En moyenne, on compte 13,3 entrées par jour sur la période étudiée¹³, correspondant à 133 jours d'ouverture, ce qui correspond au nombre de postes disponibles, sauf qu'il s'agit de l'ensemble des plages horaires, ce qui est très peu pour une journée, et pose la question cruciale de la viabilité de l'espace. Le nombre d'entrées par jour est très aléatoire, comme le montre la figure 1. Le tableau 5 permet de regrouper les charges : 14% des journées entre 1 et 6 entrées, 11% des journées, supérieures à 21 entrées et 75% des journées comprennent entre 7 et 20 entrées par jour. « *Les utilisateurs viennent quand il pleut. Quand il fait beau, ils vont se promener ailleurs* » commente un animateur.

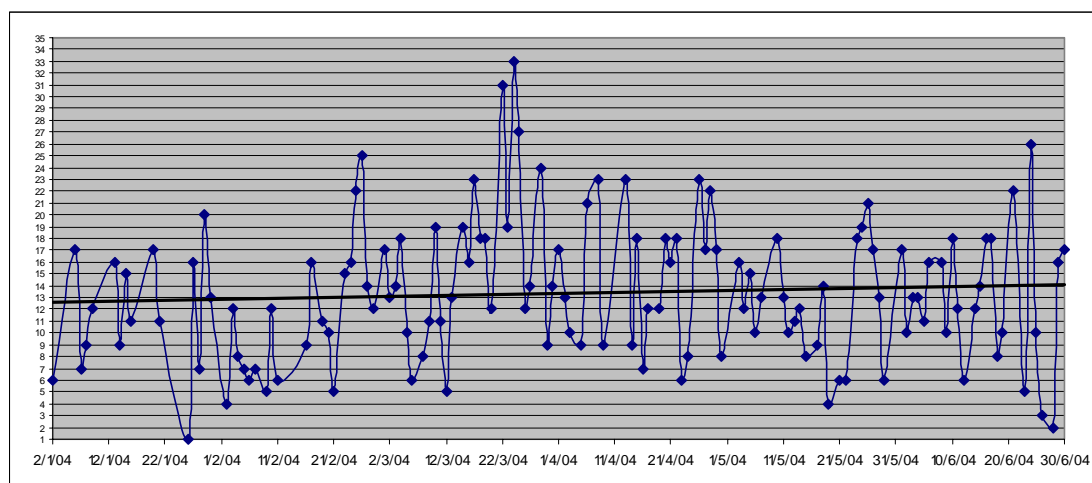


Figure 1: Répartition des entrées par jour sur six mois

¹³ Nombre d'entrées par mois : Janvier : 187 ; Février : 222 ; Mars : 434 ; Avril : 336 ; Mai : 271 ; Juin : 323 pour 1773 entrées.

Répartition des entrées	Nb jours ouverts	%
Nb de journées < ou égal à 6 entrées	18	14%
Nb journées entre 7 et 12 entrées	47	35%
Nb de journées entre 13 et 20 entrées	53	40%
Nb de journées > ou égal à 21 entrées	15	11%
Total jours ouverts	133	100%

Tableau 5 : Répartition des journées de charge en fonction du nombre d'entrées

Les utilisateurs, lors de leur passage, se connectent en moyenne 1 heure 15 mn par jour et comme l'indique la figure 2, qui regroupe les temps de connexion par tranches d'une heure, que seuls, un très petit nombre d'utilisateurs dépassent les 4 heures de connexion.

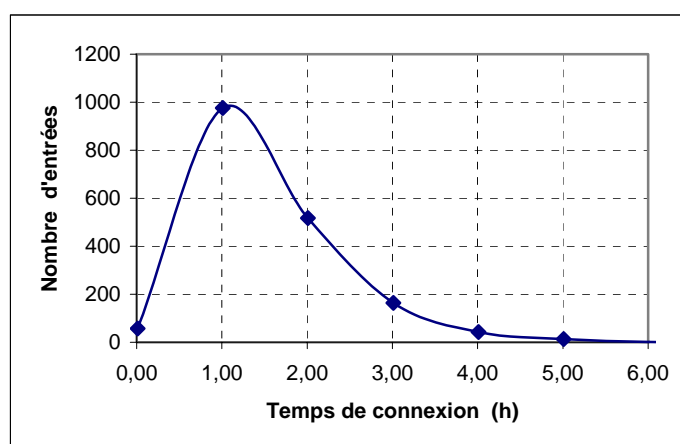


Figure 2 : Temps de connexion en heures par jour en fonction du nombre d'entrées sur 6 mois.

Les 1773 entrées enregistrées au cours de la période des six mois ne correspondent qu'à 159 personnes (tableau 6) qui en fait, reviennent de façon assez régulière dans l'espace, avec une répartition de 20% de résidents et 80% d'extérieurs, ce qui peut laisser penser que les résidents fréquentent moins l'espace (par rapport au fichier d'inscriptions précédent) sans doute parce qu'ils bénéficient d'heures spécifiques. Les résidents consomment en moyenne 20 heures (qui moins chères pour eux) que les extérieurs (11 h). On constate un certain taux de fidélisation, assez comparable entre les deux populations.

	Nb	%	Moyenne heures consommées	Nb d'entrées
Résidents	32	20%	20 h	20 fois
Extérieurs	127	80%	11 h	9 fois
	159			

Tableau 6 : Nombre moyen d'heures consommées sur 6 mois et nombre moyen d'entrées par personnes

5 Observations des usages

Nos observations sur les usages montrent peu de différences avec celles de Pouts-Lajus et Tiévant (1999) qui ont décrit huit types d'usages dans plusieurs lieux en Europe : (1) initiation et découverte (dominants), (2) usages d'autoformation, (3) recherches

documentaires, (4) usages de communication interpersonnelle (forum, chat, mail), (5) téléchargements de fichiers, et usages hors ligne : (6) jeux, (7) création de documents, (8) activités artistiques. Ici, les utilisateurs viennent principalement pour :

1. Acquérir des connaissances techniques de base : « *Me servir d'un ordinateur* », « *Découvrir l'informatique* », « *Avoir juste les notions de base* », « *Apprendre à connaître et à se servir d'internet et de l'informatique en général* », « *M'entraîner pour Excel, Ciel, Page, PowerPoint* », « *Initiation bureautique et comptabilité* », « *Acquérir des connaissances sur les logiciels Word – Excel – Internet* », « *Approcher une mise en place informatisée de la gestion comptable de l'entreprise* », « *Organiser mon travail* », « *M'auto-former* ».

2. Se perfectionner : « *Maintenir le niveau !* », « *Me sentir plus à l'aise avec l'informatique et pour mon boulot* », « *Être au minimum plus ou moins dans le coup* », « *Me remettre à niveau dans le domaine du secrétariat* », « *A progresser* », « *Amélioration dans mon travail, meilleure motivation personnelle* », « *Perfectionnement Excel* ».

3. Rechercher des informations : « *Effectuer des recherches pour les exposés* », « *Avoir plus de connaissances* », « *Recherche de lieux de formation* », « *Besoins personnels* ».

4. Communiquer : « *Communiquer avec des personnes équipées d'internet* », « *Usage personnel et communication Internet* ».

5. Créer de documents : « *Travaux professionnels* », « *Travaux scolaires* », « *Photos* », etc.

En clair, les usages restent très classiques, hormis les usages spécifiques liés à la « **recherche d'un emploi** » : « *Insertion dans le monde du travail* », « *Consultation des offres d'emploi par internet* », « *Recherche emploi sites Apec -Anpe entreprises* », « *Compléter ma formation pour trouver un emploi* », « *Me remettre en confiance pour mon projet professionnel secrétariat* », « *Acquérir des expériences pour travailler* », « *La formation me sert pour mon projet professionnel* », « *Me lancer dans le secrétariat médical* ».

Ainsi, au-delà de la relation technique initiale, **les animateurs sont donc impliqués dans le projet de vie des utilisateurs** ce qui induit des relations très fortes entre eux. Les usages identifiés dans ce lieu sont principalement des usages utilitaires plutôt que ludiques (Boase et al, 2003). Le lieu est occupé par des usagers peu familiers de l'informatique, souvent en situation précaire sur le plan économique, diplômés ou pas, qui montrent une réelle motivation et un important désir de progresser. La présence de l'animateur joue un rôle déterminant. Celui-ci, à travers la relation intime qui se crée, amène une certaine fidélisation des utilisateurs. Les raisons qui amènent les utilisateurs à fréquenter de tels espaces sont essentiellement liées à la présence d'un encadrement rassurant, qui fait progresser les utilisateurs à leur rythme, quelquefois à travers des autoformations. Celles-ci ont l'avantage

de donner une certaine autonomie aux utilisateurs, comme aux animateurs qui peuvent se distancier de la relation trop intime. En même temps, les autoformations peuvent se révéler en décalage par rapport aux besoins initiaux des usagers qui apprennent à utiliser une technique alors qu'ils étaient venu réaliser une tâche (comme taper un CV) s'inscrivant dans un projet plus large (trouver un emploi).

6 Observations des relations et des comportements

Relations direction-animateurs : La direction a des objectifs sociaux et économiques : « *Il s'agit de s'orienter vers une véritable animation, un échange de savoirs et de découvertes, en passant de l'individualisme actuel sur chacun des postes à un lieu collectif, ayant son rôle dans le quartier* ». « *Les animateurs doivent être une force de propositions en fonction des attentes du public* ». « *Les utilisateurs ne viennent pas seulement pour apprendre, mais pour utiliser et maîtriser une technique de A à Z* », « *Cela coûte cher et ce n'est pas très rentable. Il faut attirer plus de monde* ». Il y a donc des **tensions d'objectifs entre la direction et les animateurs**. Ces derniers, à travers leur rôle de formateur, sont à l'écoute des difficultés (techniques, professionnelles, familiales) des utilisateurs. Quelquefois, ils facilitent les paiements dans le temps. On a calculé 6% de décalage entre les heures payées et les heures utilisées, qui se régularisera dans le temps. Les objectifs de prospection d'organismes de formation ou d'associations intéressés par les infrastructures peuvent aussi être ressenties comme un travail commercial. Enfin, la direction a peu de traces écrites sur les formations réalisées puisque celles-ci sont faites « sur le tas », ce qui implique une faible perception du travail réel des animateurs.

Relations entre animateurs : Trois animateurs assurent le fonctionnement avec des compétences techniques et sociales différentes. S'ils sont ensemble, les animateurs ont tendance à se répartir les utilisateurs en fonction de leurs compétences techniques (initiation bureautique, perfectionnement photos, dépannages du réseau et des postes). Un cahier de liaison leur permet de communiquer entre eux, dans la mesure où ils ont des plages horaires différentes. Il y a des **tensions organisationnelles entre animateurs** : « *on devrait calculer les temps d'accès aux machines à partir d'un login et d'un mot de passe. Ce serait plus efficace que l'inscription sur la feuille libre* ». De plus, les animateurs n'ont « *qu'un bureau et un ordinateur, à partager en trois* »...

Relations animateurs-utilisateurs : Les utilisateurs mettent en valeur trois avantages : (1) le lieu. « *Le lieu est sympathique, j'ai l'habitude* » « *C'est un endroit calme, pas bruyant et enfumé comme les cybercafés* », (2) l'avantage de la non gestion des technologies, « *Tant que*

cela reste dans un prix raisonnable, cela m'évite de gérer la technique à la maison, je n'y connais rien et mon entourage non plus » et (3) la relation humaine à travers l'encadrement: « *Plutôt que d'être toute seule sur ma machine à la maison et de rester bloquée, je préfère être ici, cela m'oblige à le faire et cela permet d'être encadrée.* ». Les animateurs répondent rapidement aux besoins des utilisateurs en fixant des rendez-vous pour le lendemain. Les animateurs connaissent bien les utilisateurs. Il se crée des **relations intimes entre utilisateurs et animateurs** (ils s'appellent par leur prénom). Les utilisateurs se renseignent aussi sur le planning des animateurs de façon à revenir le jour où celui-ci sera présent plutôt que celui-là, ce qui peut impliquer des **tensions de compétences** entre animateurs.

Relations entre utilisateurs : Elles sont fortes entre résidents qui se fréquentent dans d'autres situations. De plus, l'atelier du jeudi soir « *My sweet Logis* » qui associe les résidents à la construction d'un intranet, contribue à renforcer les liens entre eux. On n'a pas noté de relations particulières entre extérieurs, si ce n'est qu'ils sont quelquefois mis en relation via les animateurs. Autrement dit, les liens inter sociaux se font au sein du groupe déjà constitué, et les liens intergénérationnels restent à développer. « *Il ne suffit pas de partager un même lieu pour exister ensemble* » (Mancebo et Durand-Tornare, 2003). Pour cela, il faudrait s'appuyer sur un « *réel ancrage local* » à travers des projets réappropriés par les usagers.

Conclusion

Du point de vue de la méthode, l'observation des usages reste difficile dans les espaces publics numériques parce que les utilisateurs y viennent pour réaliser des tâches intimes et personnelles. C'est donc sur entretiens, avant ou après utilisation de l'ordinateur, que nous pouvons recueillir les données, en multipliant les protocoles par des statistiques et des enquêtes. Nos résultats montrent que le CRM, initialement porté dans un cadre associatif, se retrouve aujourd'hui impliqué dans un dynamisme de développement local lui permettant d'enrichir ses fonctions (Lefebvre, 2002). Il développe ainsi des activités socialisées autour du multimédia, à travers deux populations d'utilisateurs, les résidents du foyer et les extérieurs, qui se distinguent par leurs âges, leurs formations et leurs activités professionnelles. Le temps de connexion moyen par jour est de 1h 15 mn. Les utilisateurs viennent régulièrement dans la salle et consomment un nombre d'heures non négligeables. De plus, le public qui fréquente cet espace est soit, confronté à des situations économiques précaires, soit confronté à des difficultés techniques d'apprentissage, même équipés à domicile. Il semble trouver une double complémentarité, à la fois technique et humaine. L'espace, aujourd'hui « *partagé entre le monde social et commercial* » (Vendina, 2003) confirme plutôt son rôle social, en

accord avec Simpson and all (2004) qui argumentent que, fournissant des services importants auprès de la communauté locale (australienne), les objectifs de ces espaces doivent être reconceptualisés comme une infrastructure essentielle autour des communautés et être mesurés en termes d'efficacité plutôt qu'en termes économiques. L'espace pourrait ainsi trouver sa place dans le contexte local, dans la mesure où le soutien à travers le réseau de l'agglomération de Pau, orientera « *des formes et des lieux d'interaction sociale co-produits par les usagers* » (Eveno et all, 2003), en fonction des réappropriations spécifiques liées aux intérêts des individus qui sont impliqués dans un projet de vie plutôt que dans un projet technologique. Son inscription au sein du réseau de l'agglomération paloise permettra sans doute de le redynamiser, en lui apportant d'autres utilisateurs, car il reste peu connu du grand public. Ainsi l'espace public numérique se situe dans le champ des politiques de l'action sociale, c'est un « *outil de changement social et culturel* » (Cadene et Morel, 2003). Il semble combiner plusieurs emboîtements d'espaces à travers lesquels les usages trouvent leurs significations : il y a **le lieu-espace** qui permet de se projeter vers le lieu numérique, symbolique, infini, global. Le lieu, ancré dans une réalité locale, est apprécié des usagers qui viennent ici et pas au cybercafé¹⁴, parce qu'ils s'y sentent bien. Il y a aussi **l'espace social** qui donne du lien et du sens entre les objets de la maison et les objets manipulés par les autres, avec lesquels il est possible d'échanger. Il y a **l'espace numérique** qui met en jeu les interactions entre l'homme et la machine, à partir desquelles ils s'approprient les informations, (re)construisent les connaissances, trouvent leur propre créativité. Enfin il y a **l'espace public**, qui se profile travers Internet comme « un espace mitigé, unique, en rapport avec des espaces publics créés sur la place publique où émergent sensiblement des espaces publics, des espaces privés et des espaces personnels ». (Camp et Chien, 2000). Ces dimensions, géographique, socio-technique et politique s'imbriquent autour des usages et des représentations des objets.

7 Bibliographie

Arnaud M., Perriault J. (2002), *Les espaces publics d'accès à Internet*, PUF, 219 p.

Bahi A. (2004). « Usages d'Internet et logiques d'adaptation sociale des jeunes. Une étude dans les cybercafés abidjanais », *Bulletin du CODESRIA*, n° 1&2, pp. 71-75.

Boase J., Chen W. et ali. (2003). « Y-a-t-il du territoire dans le cyberspace ? Usages et usagers des lieux d'accès publics à Internet » *Géographies et Cultures*, n° 4, pp. 5-19.

¹⁴ Pour les cybercafés voir le numéro spécial de *News Media & Société*, September 2003, Vol. 5, n° 3, « Cybercafés », Middleton (2003), Bahi (2004) et Mwesige (2004).

- Cadene P., Morel J-L. (2003). « Le développement d'Internet en Inde », *Géographies et Cultures, Accès publics à Internet et nouvelles sociabilités*, n° 4, pp. 97-117.
- Camp J. et Chien Y.T (2000). « The Internet as public space. Concepts, issues and implications in public policy », *Computers and Society*, pp. 13-19.
- Dumortier B., Menaut M. (2003). « La société de l'information au cœur de la ville : les cybercafés à Dublin », *Géographies et Cultures*, n° 4, pp. 83-96.
- Eveno E., Lefebvre A., Puel G., Mancebo F. (2003). « Déploiement territorial et inscription institutionnelle des accès publics à Internet », *Géographies et Cultures*, n° 4, pp. 119-130.
- Jambes J-P. (1998 et 1999). *Quels défis pour le siècle prochain ?* 195 p. et *Un projet et des alliances pour un nouveau départ. Ambition commune, Plan d'actions et organisations*, Pau, Edition Béarn XXIè siècle, 132 p.
- Lægran A-S. (2002). The petrol station and the Internet cafe : rural technospaces for youth », *Journal of Rural Studies*, n° 18, pp. 157-168.
- Lefebvre A. (2002). « Pratiques Internet et multi territorialité : l'exemple des espaces publics multimédias », *Colloque Globalisme et Pluralisme*, Montréal, 24-27 Avril 2002.
- Lompré N., Despin L., Grimal H. (2003). *Projet Cyber-base et réseau associatif – Communauté d'Agglomération de Pau*, Pau, Rapport interne, Janvier 2003, 121 p.
- Lompré N., Despin L., Lamigeon M. (2004). "Les espaces publics numériques : des lieux pour des liens", in *L'espace public à l'épreuve : Régressions et émergences*, V. Berdoulay, P.C. Gomes et J. Lolive (dir.), *MSH Aquitaine*, pp. 161-172.
- Mancebo F., Durand-Tornare F. (2003). « Entre espace tangible et espace virtuel : inscription territoriale des accès publics parisiens à Internet, *Géographies et Cultures*, n° 4, pp. 41-64.
- Middleton, C. A. (2003). « Broadband Internet usage outside the home: Insights from a study of Toronto Internet Cafes », *International Telecommunications Society Conference*. Perth, Australia.
- Mwesige P. G. (2004). « Cyber elites : a survey of Internet Café users in Uganda », *Telematics and Informatics*, 21, pp. 83-101.
- Pouts-Lajus S., Tiévant S. (1999). Observation des usages d'Internet dans différents lieux d'accès public », *BBF, Paris*, T. 44, n° 5, pp. 30-34.
- Simpson L., Daws L., Pini B. (2004). « Public Internet access revisited », *Telecommunications Policy*, n° 28, pp. 323-337.
- Vendina O. (2003). « Accès public à Internet et espace public à Moscou », *Géographies et Cultures, Accès publics à Internet et nouvelles sociabilités*, n° 4, pp. 65-81.