

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Informatique et vie quotidienne

Warrant, Françoise; Lobet, Vincent

Published in:

Journal de Réflexion sur l'Informatique

Publication date:

1988

Document Version

le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for published version (HARVARD):

Warrant, F & Lobet, V 1988, 'Informatique et vie quotidienne', *Journal de Réflexion sur l'Informatique*, numéro 10, pp. 1-3.

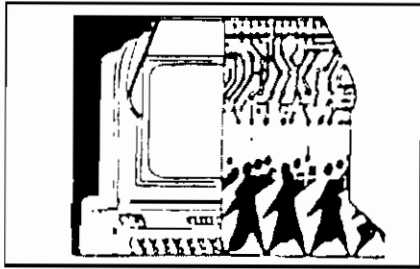
General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



JOURNAL DE REFLEXION SUR L'INFORMATIQUE

Périodique trimestriel

Facultés Universitaires N.-D. de la Paix
Institut d'Informatique
rue Grandgagnage, 21 - 5000 Namur

n° 10 - juin 1988

INFORMATIQUE ET VIE QUOTIDIENNE

Editorial

En 1980, le colloque international «Informatique et Société» organisé en France à l'initiative du Président Giscard d'Estaing annonçait, en matière d'informatisation de la vie quotidienne, des lendemains enchanteurs tant pour les utilisateurs que pour les industries concernées. La maison du futur était à deux pas, villes et villages seraient sous peu tous reliés par un formidable réseau d'information, la société de la communication et de l'information nous ouvrirait grands ses bras... il ne restait plus au citoyen qu'à se laisser emporter par le flot des innovations... aux sociologues à en étudier les effets sur nos pratiques quotidiennes.

Quelques huit années ont passé et avec elles les douces illusions..., forçant aujourd'hui les observateurs à poser un constat plus que nuancé sur l'intégration de l'informatique et de la télématique dans notre vie quotidienne : la micro-informatique à domicile ne démarre guère, la télématique grand-public, à l'exception notable du Minitel français et des applications bancaires, se cherche toujours un public dont, pourtant, on continue à affirmer qu'il est "grand"... Erreur

d'anticipation, inadéquation entre demande et offre ou, tout simplement, absence de demande sociale pour une informatique au quotidien sont autant de questions que nous avons voulu poser aux auteurs qui ont participé à la préparation de ce dossier.

Très classiquement, notre perspective a été de rechercher les éléments de réponse à ces questions tant du côté de l'offre et de sa structuration que du côté des usages ou encore de la demande sociale pour une informatique au quotidien. Sans déflorer, dans ce bref éditorial, toutes les nuances apportées par les auteurs dans l'analyse, nous pouvons toutefois dégager quelques-unes des lignes de force de ce dossier.

Du côté de l'offre...

Inadaptation de l'offre et méconnaissance de la demande semblent être au rendez-vous. Le grand-public, le «domestique» apparaissent, en matière de télématique et d'informatique, comme autant de lieux de rentabilisation de produits d'abord conçus pour des usages strictement professionnels. C'est un marché à prendre, un marché comme un autre qui justifie qu'on y transpose des innovations qui initialement ne lui étaient pas destinées. Or, et c'est bien

là une des causes fondamentales de la stagnation de la demande, ce marché rompt radicalement avec l'univers traditionnel et spécialisé des applications télématiques ou informatiques, à savoir les bureaux et les industries. L'univers ici visé est celui des ménages, des particuliers qui, tant sur le plan social que culturel, sont tous différents les uns des autres et ont donc, vis-à-vis de l'information, du traitement de l'information et de la communication, des demandes pour le moins hétérogènes. Là réside sans aucun doute une des difficultés majeures de la percée de l'informatique et de la télématique dans notre quotidien, univers à la fois vaste et complexe, peu structuré et donc plus difficile à appréhender pour le concepteur, qu'il soit public ou privé, que l'univers mieux défini des processus de production et des filières administratives. De là aussi, l'effondrement de certains rêves technocratiques fondés sur la diffusion massive de l'informatique et de la télématique vers le grand public, ce que certains n'ont pas hésité à qualifier d'approche «Technology push».

L'effondrement n'est toutefois pas total, l'heure est plutôt aux stratégies ou à la confirmation de stratégies de repli... à la suppression du terme "grand" devant "public"! Parmi ces stratégies, il convient de faire la diffé-

rence entre, d'une part, celles qui sont liées à des innovations de procédé et celles qui, d'autre part, portent sur la définition de nouveaux services ou encore des innovations de produits. Caricaturalement, les premières se définissent comme des innovations dont la conception est professionnelle, visant, par exemple, à diminuer les coûts de gestion de certains services, mais dont l'utilisation peut être "grand public". C'est très particulièrement le cas des services bancaires: distributeurs automatiques de billets, terminaux point de vente... Les innovations de produit portent, quant à elles, sur la création de nouveaux services non plus spécifiquement adressés à un large public mais plutôt à des catégories particulières de ce dernier, comme, les chômeurs, les femmes, une association de quartier, des personnes handicapées... qui dans certains cas peuvent prendre une part active à la définition de l'innovation. La caractéristique centrale de ces innovations est qu'elles ne partent pas d'un "existant" pour en améliorer le fonctionnement, l'organisation.. comme c'est le cas pour les innovations de procédé, mais qu'elles visent plutôt à créer un nouvel "existant" dont l'objectif est de répondre à certains besoins sociaux émergents. Cette analyse un peu désincarnée ou encore vide de toutes considérations sur les acteurs de l'offre et de la régulation du marché, à savoir les fournisseurs de produits et de services, l'Etat,... prendra corps au fil de la lecture de cette première partie de notre dossier. Nous y joindrons également toute une réflexion sur la protection juridique du consommateur "non professionnel".

Une des conclusions majeures de cette première partie est qu'une innovation technologique n'est pas en soi porteuse d'innovation sociale ou, dit en d'autres mots, qu'il ne suffit pas de lancer sur le marché un nouveau produit pour qu'automatiquement les usages et les pratiques sociales suivent. Ce constat a amené certains gouvernements, mais aussi certains fournisseurs privés, à revoir leur stratégie de diffusion des produits en créant une étape intermédiaire entre la concep-

tion de l'innovation et sa diffusion, étape dite d'expérimentation sociale qui consiste à tester, en conditions réelles, l'acceptabilité et les usages sociaux du nouveau produit.

La demande, les usages restent donc l'élément dur de la pénétration des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans notre quotidien. C'est donc, tout naturellement, à leur analyse que nous consacrons la seconde partie de ce dossier.

Du côté des usages...

Repartons pour cette analyse de la distinction évoquée ci-dessus entre innovation de procédé et innovation de produit. En ce qui concerne les premières, on pourrait dire, de manière un peu imagée, qu'elles correspondent également à des innovations de procédé dans la vie du particulier. Ces innovations, particulièrement celles qui ont trait au domaine bancaire, permettent, en effet, à une franche "très active" de la population d'économiser une série de démarches parfois très coûteuses en temps et en déplacement. Toutefois, cette franche reste relativement limitée tant si l'on considère son nombre absolu que la composition socio-professionnelle du public qui a adopté l'innovation.

Qu'en est-il pour les innovations de produit?

Plusieurs tendances, riches en enseignements "prospectifs", se dégagent de la lecture des analyses proposées. La première tendance est, sans doute, la nécessité de rompre radicalement avec les vocables "grand public" et "domestique". Les expériences relatées démontrent à souhait que la perspective adoptée aujourd'hui en matière d'usage de l'informatique et de la télématique dans la vie quotidienne est beaucoup plus modeste. Ainsi, les mythes de l'informatique domestique, de la maison du futur doivent, dans la réalité, céder la place à une définition bien plus restrictive des usages réservés à la micro-informatique à domicile. Cette micro-informatique n'a souvent de "domicile" que son lieu physique de résidence. Les usages, quant à eux, et sans doute en l'absence

d'une quelconque analyse des besoins domestiques que pourrait rencontrer l'achat d'un micro-ordinateur, glissent très rapidement vers la sphère professionnelle transformant progressivement la maison en un lieu privilégié d'apprentissage ou d'adaptation aux changements technologiques vécus sur le lieu de travail... De même, le vidéotext "grand public" de la R.T.T. est-il mort dans l'oeuf faute d'usagers, mais surtout faute de s'être posé trois questions pourtant essentielles quand on se lance dans un tel projet : la télématique à domicile pour quoi faire? Avec quelle information? Et, pour quelle demande? L'impasse sur ces trois questions s'est révélée fatale pour le projet qui, en l'absence de définition claire du marché, s'est retrouvé face à un marché...inexistant!

Est-ce à dire qu'il n'existe pas d'usages quotidiens pour la télématique et pour l'informatique? La réponse se doit d'être nuancée et c'est à cette nuance que nous introduit notre seconde tendance. Il existe des usages quotidiens et grand public de l'informatique et de la télématique. Mais le terme "grand public" plutôt que de signifier une "collection" d'individus tous particuliers quant à leur besoin en information, s'est progressivement déplacé vers une autre réalité que sont les "collectifs" d'individus organisés autour de certains problèmes sociaux et culturels qui fondent leur identité : groupes de chômeurs, de femmes, associations de quartier, handicapés, porteurs de certaines maladies rénales ou cardio-vasculaires... C'est à partir des problèmes sociaux souvent cruciaux en termes d'autonomie, d'intégration sociale... auxquelles sont confrontées ces associations que se définissent de nouveaux produits et services. L'originalité à ce niveau réside sans doute dans le fait qu'une rencontre réelle s'opère à un moment donné entre des besoins, des attentes très spécifiques et un "disponible" technologique sous forme de télématique ou de micro-informatique. La technologie prend soudain un sens social et quotidien. Ce sens, ce sont ces associations qui l'ont défini, imaginé, construit... A ce ni-

veau, il peut être intéressant de noter que ces associations regroupent généralement ceux qu'on qualifie parfois d'exclus du changement technologique ou encore ceux pour qui on ne définit pas de sens à la technologie et qui donc, face à ce vide, ont tout à imaginer!

Voilà quelques-unes des lignes-force de ce dossier, bien d'autres sans doute émergeront au fil des pages... Reste au lecteur à repenser la place de l'information dans la société et dans un quotidien dont il demeure le meilleur expert.

Claire LOBET-MARIS,
Institut d'Informatique,
FUNDP
Françoise WARRANT,
Centre de Recherches
Informatique et Droit,
FUNDP