

Comment avons-nous pu pendant tant d'années
feuilleter les pesants annuaires téléphoniques,
acheter un quotidien qui tache les doigts
et compulser les horaires de trains
dans les gares où l'on vend les billets ?
En un mot, comment avons-nous pu vivre
jusqu'ici sans le Minitel ?

Voilà une bonne question : qui a donc décidé de la mise en place de l'annuaire téléphonique ? C'est également une bonne question parce qu'elle donne l'occasion d'évoquer les grandes heures de la Direction générale des télécommunications, la DGT.

Alors que le téléphone français était une source d'inspiration pour chansonniers dans les années 60, la DGT va progressivement se transformer, s'autonomiser, et connaître un « septennat prodigieux » : entre 1974 et 1981, 16 millions de lignes téléphoniques nouvelles seront installées.

Mais, au cours même de ces années glorieuses, un lancinant problème va se profiler, celui de l'inévitable saturation du marché : le nombre d'installations atteindra au grand maximum 10 millions de lignes sur les années 80. Il faut donc trouver un produit nouveau, qui viendrait prendre le relais du téléphone.

La DAI (Direction des affaires industrielles et internationales) de la DGT va, dès 1978, se fixer comme objectif de « trouver n'importe quel gadget susceptible de consommer de la taxe de base » (1). Place, donc, au Minitel.

Reste une question : qui en voudra ? M. Théry, directeur de la DGT à l'époque, a une idée simple et lumineuse : « L'annuaire papier serait remplacé par un annuaire électronique, ainsi les gens seraient bien obligés de s'en servir » (1). Voilà une bizarre conception de la « souveraineté du consommateur ».

Mais la ficelle était un peu grosse, et, après le 10 mai 1981, M. Théry est remplacé par M. Dondoux. Place au volontariat. Comme le fait remarquer le journaliste de l'*Expansion* : « Ce louable souci de préserver la liberté de chacun obligeait à revoir à la baisse la vitesse de pénétration des Minitels » (1).

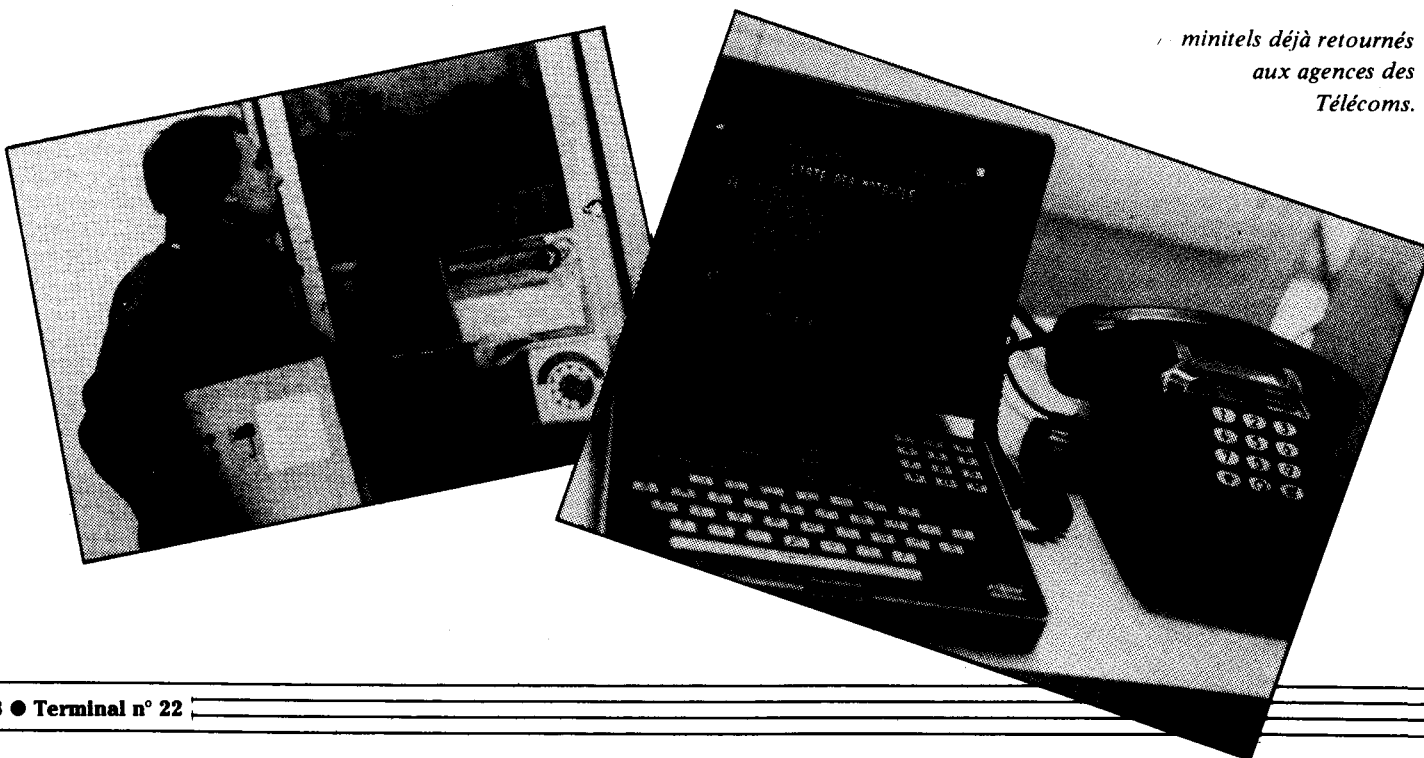
La fabrication de la demande

La manœuvre est donc plus subtile mais constitue du coup une manipulation d'autant plus pernicieuse de fabrication de la demande : « L'offre massive d'un terminal bas de gamme gratuitement par l'administration en remplacement de l'annuaire papier suscitera une offre de services diversifiés par des fournisseurs de contenu, puis une demande, encore totalement inexistante, dans le grand public » (2).

Cette tactique de pénétration en douceur s'accompagne d'une forme de camouflage. Ce procédé de diversion est mis en lumière par Ch. Le Bolloc'h dans sa thèse sur « L'intervention de l'Etat dans l'industrie électronique » : « La DGT a travaillé à donner à l'annuaire une image anodine, à le présenter comme un outil de remplacement de l'annuaire papier. Parallèlement, elle a demandé aux équipes de recherche de faire en sorte que, techniquement, les terminaux apparaissent comme spécifiques mais ne le soient pas, et qu'il soit possible de les relier ultérieurement à d'autres banques de données ».

Et il faut bien prendre ici la mesure des objectifs de la DGT. Au départ, elle visait à installer 30 millions de Minitel en 1990, soit un rythme dément, supérieur à la mise en place des lignes de téléphones dans les meilleures années ! Le « contrat » de « Plan » signé par la DGT en 1983, en rabat notablement, avec un objectif de trois millions de lignes d'ici à 1986. C'est encore beaucoup et, en tout cas, on a avec ces chiffres une idée des « besoins » de la DGT.

minitels déjà retournés
aux agences des
Télécoms.



Tout dans cette histoire est exemplaire de ce que l'on pourrait appeler « les racines économiques de la barbarie électronique » (3) : l'impulsion est donnée du côté de l'industrie, en raison de sa dynamique propre, en l'absence de toute demande identifiable. Et, dans la mesure précisément, où cette demande n'existe pas, différents artifices et procédés doivent être mis en œuvre afin de dégager les nécessaires débouchés.

Plusieurs tactiques sont possibles : des plus brutales — suppression pure et simple de l'annuaire papier — aux plus détournées — demande-relais de l'Etat dans le cas des réseaux câblés — mais la dimension régressive, « barbare » est toujours présente : il s'agit d'une logique folle de production sans valeur d'usage. C'est le règne de la marchandise dans toute sa pureté.

C'est pourquoi, A. Vitalis n'a pas tort de vue de la méthode, de partir du postulat suivant. Indépendamment bien sûr de son évident cynisme : « *Dès lors que l'on considère la télématique comme un atout économique fondamental et comme une technique dont l'avènement est inéluctable, la question de savoir si elle répond ou non à des besoins sociaux n'a pas grande pertinence. La vraie question est alors de savoir comment peuvent être créées les conditions de son intégration sociale* » (4).

A la limite, le débat n'est pas, effectivement, de savoir à quoi sert le Minitel. La fameuse interrogation sur le « contenu » est surdéterminée par une question plus simple : jusqu'à quel point accepte-t-on de jouer les gogos à qui on cherche à fourguer les sous-produits de la

crise capitaliste ? Sous prétexte d'une modernité dont personne n'a rien au fond à secouer, à commencer par la DGT.

Car cette logique d'imposition des modes de vie à ceci de « barbare » qu'elle est de plus en plus autonome, déconnectée des besoins, des désirs et même... des caprices des consommateurs. La machine fonctionne ouvertement à l'envers : au lieu de produire ce que les gens souhaitent consommer, ce sont eux qui sont sommés de consommer (con-sommer ?) ce que l'industrie trouve rentable de produire.

A cette mise en place insidieuse, sous couvert de progrès, d'une société où les rapports sociaux seraient directement modelés par l'industrie, il faut aujourd'hui se demander si la réponse la plus efficace et la mieux ajustée, ne serait pas un refus bien épais, bien têtue, bien borné.

« Minitel ? Pas besoin ».

Julien Delarue

1) DGT : drôle de guerre dans les Télécom. L'Expansion du 21 septembre 1984.

2) J.M. Charon et E. Cherki. Vélizy ou les premiers pas de la télématique grand public. Centre de prospective et d'évaluation du ministère de l'Industrie. Février 1984.

3) J. Delarue. Les racines économiques de la barbarie électronique. Colloque "1984" et les présents de l'univers informationnel. Octobre 1984.

4) A. Vitalis. Les enjeux socio-politiques et culturels du système télématique Télem. Réseaux, revue du CNET, n° 6, avril 1984.

SYSTEMES TELEMATIKES : LA AUSSI UNE FILIERE INVERSEE

La cause est entendue : en matière télématique, l'offre précède manifestement les besoins. Si pour le téléphone, la demande était pressante lorsque la DGT a mis en place des lignes nouvelles, rien de tel en ce qui concerne le Minitel. Il faut produire dans ce cas, à la fois l'objet technique et son usage social. Aussi bien lancera-t-on diverses « expérimentations » pour connaître les usages possibles et les réactions de la population. Les idées préconçues ont d'ailleurs à cet égard, de grandes chances de se révéler approximatives voire erronées. Les premiers usages que l'on avait imaginés pour la radio et plus près de nous, pour la télédistribution n'ont pas eu de suite... Toujours est-il que l'on est très loin d'une conception économique qui donne aux consommateurs une place centrale dans le choix de l'objet utile. Là comme dans bien d'autres cas, on est devant la filière inversée analysée par J.K. Galbraith et où ce sont les impératifs de la production et des grandes organisations qui dictent leur loi en modelant les goûts des consommateurs dans le sens de leur plus grand intérêt. Peut-être, bien qu'en matière énergétique il existe le précédent d'EDF, le monopole de la DGT dans le domaine des télécommunications et une politique extrêmement volontariste, rendent ici les choses plus claires et donc plus supportables. Le marché capitaliste peut sembler moins contraignant et tyrannique. A priori pourtant, les besoins de PC d'IBM sont en tout point comparables aux besoins de Minitel. Ou le manque de besoins, comme on voudra.

Compte tenu de son caractère évolutif, la notion de besoin n'est pas en effet d'un grand secours pour une analyse critique. Comme disent les gens du marketing « si les besoins n'existent pas, eh bien, il faut les inventer ». Quel besoin d'automobile pouvait avoir un individu du début du siècle ? En 1965, un sondage réalisé par la Revue française d'opinion publique auprès de la population non-utilisatrice du téléphone, montrait que 76 %

des personnes interrogées, estimaient ne pas avoir besoin de cet équipement. On sait ce qui est advenu depuis !!

Reste naturellement que rien ne prouve que la stratégie de l'offre parvienne un jour à ses fins et persuade tout un chacun de la nécessité d'utiliser au plus vite le moderne outil. La DGT place environ aujourd'hui 2 000 terminaux par jour dans les entreprises et chez les particuliers. Mais, toujours aujourd'hui, des usagers bretons mécontents, lui rapportent son matériel... Reste aussi que le public n'accepte pas toujours en l'état, le type de communication qui lui est proposé et qui tend à faire de lui un simple consommateur de données. Il ruse, fait semblant, expérimente toutes les pratiques hérétiques de détournement (cf. sur ce point, le succès inattendu des messageries à Vélizy et à Strasbourg).

Même si elle n'est qu'une réalité balbutiante, la télématification qu'on s'en réjouisse ou qu'on le déplore, est un déjà-là. Un des avantages de la technocratie, sous prétexte de mesures de pure intendance et/ou d'expérimentation, est de créer l'événement afin d'engager de manière irréversible l'avenir. Ceci, dans la totale ignorance des enjeux et surtout des risques en mettant en avant les seuls avantages immédiats dus à la prouesse technique et aux possibles gains économiques. On est là encore devant une inversion de filière où l'action précède en quelque sorte la décision. Le débat n'intervient pas avant la mise en forme technique mais après, en catastrophe, suite à quelques mouvements de contestation. Aussi bien dans ces conditions, pour que le débat ne soit pas un trompe-l'œil, il faut déterminer tout d'abord ce qui est négociable et ce qu'il ne l'est pas. En d'autres termes, voir ce qui est véritablement inacceptable et prendre la mesure de l'irréversible créé. Ensuite, on peut et il est urgent de discuter des risques et des enjeux, de demander des garanties et de proposer des alternatives.

A. Vitalis