

### 2.3 Des usages contrastés

Cette question est fondamentale : c'est du niveau d'usage que dépend le degré d'appropriation réel des NTIC, et partant la capacité à s'intégrer véritablement à l'économie de l'information.

Elle sera abordée à travers l'étude des usages qui sont faits d'Internet, l'étude des sites Internet et enfin, plus brièvement, des Intranet et Extranet. Dans la comparaison entre les deux régions, seront intégrées des considérations concernant le type de clientèle des entreprises, le type de réseau de télécommunications dont elles disposent car ces dimensions des entreprises jouent un rôle intéressant dans les usages. Cela devrait permettre une analyse comparée plus approfondie.

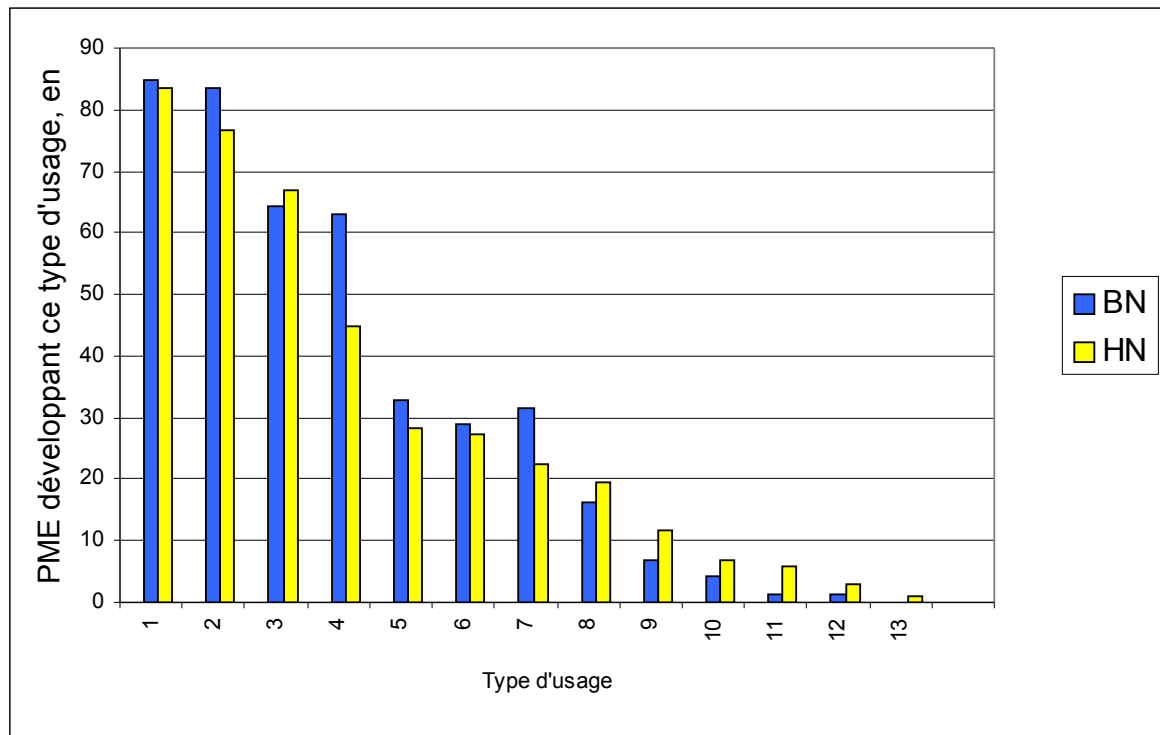
#### *2.3.1 Typologie spatiale des usages d'Internet en Haute- et Basse-Normandie*

Nos deux régions se situent dans la moyenne française (81% d'après BNP-Parisbas-LeaseGroup) en matière d'utilisation du courrier électronique (84.1%), mais se préoccupent nettement plus de rechercher des informations (79.5% en moyenne dans les deux régions, contre 61% en moyenne en France).

Une approche purement régionale fait apparaître, à travers la figure n°40, un phénomène intéressant si on le replace dans le contexte de l'avance de la Basse-Normandie par rapport à la Haute-Normandie en terme de diffusion d'Internet.

En effet, cette avance chronologique ne donne pas pour autant à la Basse-Normandie une avance en terme d'usages, même si le rapport entre le nombre moyen d'ordinateurs et le nombre moyen d'ordinateurs connectés à Internet est plutôt favorable à la Basse-Normandie, où un ordinateur sur deux est connecté à Internet, alors qu'en Haute-Normandie cette proportion est de l'ordre de un pour trois. En effet, il est vrai que les PME-PMI bas-normandes développent davantage que leurs consœurs haut-normandes les usages de base d'Internet comme le courrier électronique, la recherche d'informations, les relations bancaires ou encore les consultations d'appels d'offres, tous usages qui sont désormais bien établis dans les PME. Mais, dès qu'il est question d'usages plus « pointus » ou moins courants comme l'achat en ligne, le télétravail et, plus encore, le travail sur projet, la participation à une place de marché ou la formation à distance, la Basse-Normandie est en retrait par rapport à la Haute-Normandie qui développe davantage ces usages, même s'il restent marginaux.

**Figure n°40 : Les usages d'Internet dans les PME-PMI normandes**



**Types d'usage**

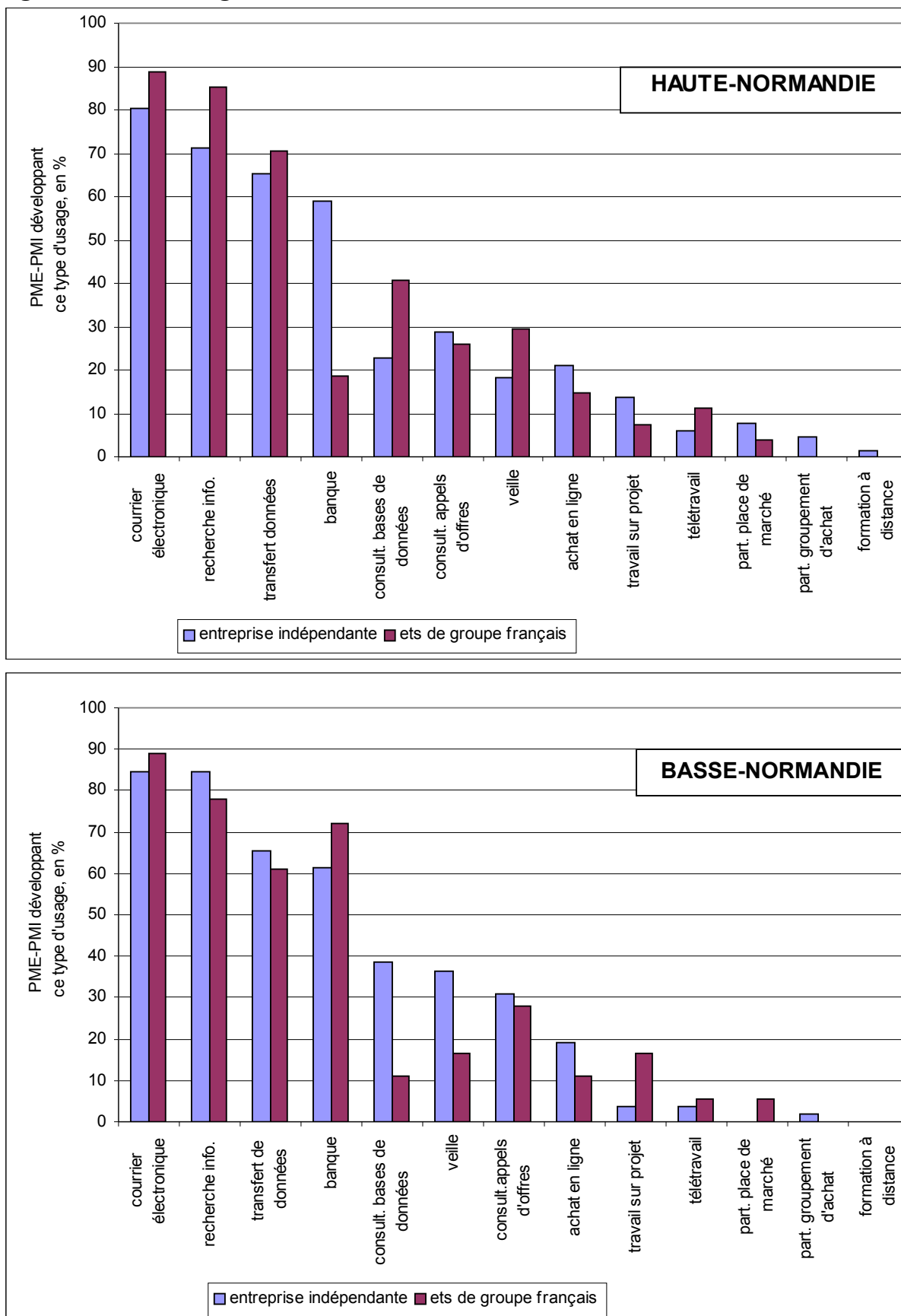
- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1 : courrier électronique            | 8 : achat en ligne                         |
| 2 : recherche d'informations         | 9 : travail sur projet                     |
| 3 : transfert de données             | 10 : télétravail                           |
| 4 : banque                           | 11 : participation à une place de marché   |
| 5 : consultation de bases de données | 12 : participation à un groupement d'achat |
| 6 : consultation d'appel d'offres    | 13 : formation à distance                  |
| 7 : veille                           |  |

La seule nuance, mais elle n'est pas sans intérêt, qu'on peut apporter à ce constat, c'est que la Basse-Normandie présente tout de même une avance non négligeable en matière de recherche d'informations, de consultation de bases de données et surtout de veille : 83.6%, 32.9% et 31.5% de PME bas-normandes utilisent Internet avec ces trois objectifs, contre 76.7%, 28.2% et 22.3% des PME haut-normandes étudiées, ce qui représente une différence

non négligeable. Le Schéma régional d'intelligence économique et l'antenne bas-normande de l'ADIT, évoqués précédemment, ne sont peut-être pas pour rien dans le développement de ces usages en Basse-Normandie.

Une approche en fonction du statut permet de mieux comprendre l'origine de ce décalage. La comparaison des deux graphiques de la figure n°41 fait tout d'abord apparaître une divergence dans la hiérarchie des usages entre les deux régions : la veille est en sixième position, avant la consultation d'appel d'offres en Basse-Normandie, alors qu'elle est en septième position en Haute-Normandie. Cet usage, de même que la recherche d'informations ou la consultations de bases de données, est plutôt le fait des entreprises indépendantes en Basse-Normandie, alors qu'en Haute-Normandie, ce sont les établissements appartenant à des groupes français qui le développent davantage. On pourrait en déduire que la réceptivité des entreprises indépendantes bas-normandes au dispositif mis en œuvre pour diffuser l'intelligence économique est plus forte que celle des établissements appartenant à des groupes français, moins sensibles à leur environnement local du fait de leur appartenance à une structure supra-régionale.

Figure n°41 : Les usages d'Internet dans les PME normandes, en fonction du statut

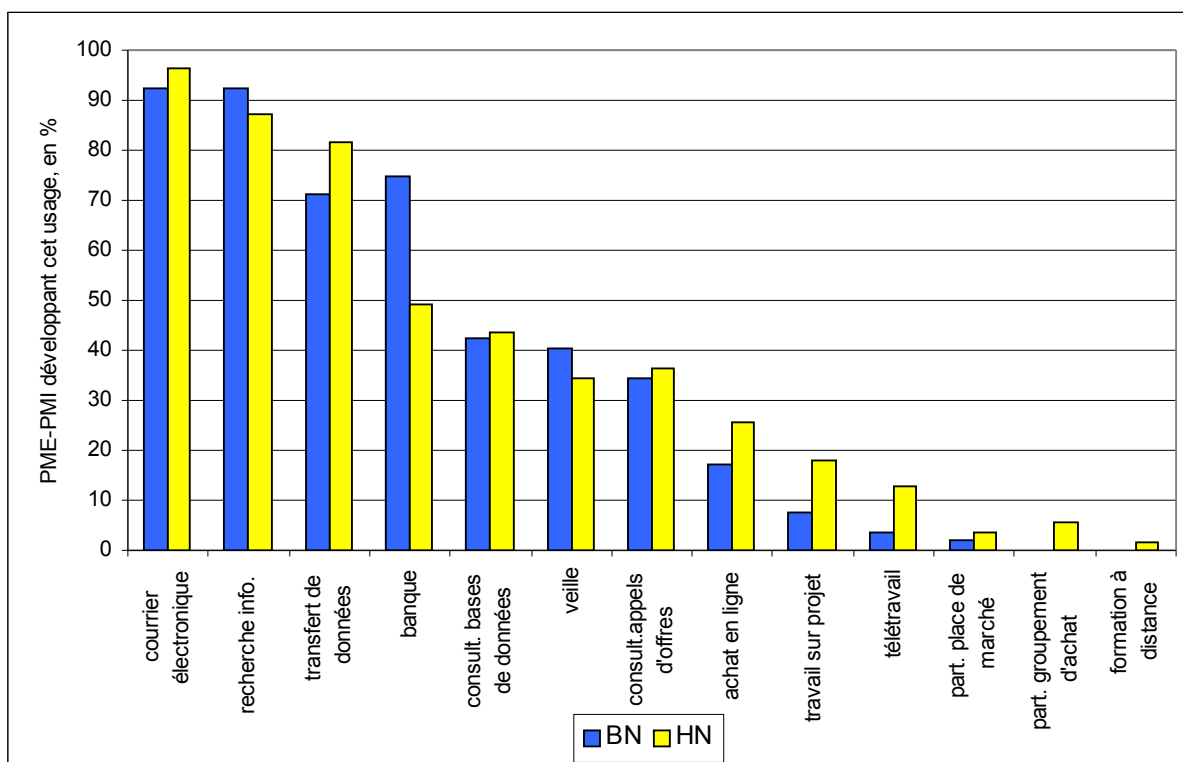


En revanche, en dehors de ces usages, les entreprises indépendantes bas-Normandes sont beaucoup moins actives que leurs homologues haut-normandes dans le développement des autres usages sophistiqués d'Internet comme le travail sur projet, le télétravail, la participation des places de marché (elles sont même inexistantes ici), à des groupements d'achat ou à la formation à distance. Ceci révèle un degré d'appropriation de l'outil moindre : les entreprises bas-normandes se cantonnent, si on excepte la veille, à des usages assez classiques d'Internet. Les entreprises indépendantes haut-normandes développent, au contraire, des usages plus sophistiqués, à côté de ces usages classiques.

Les établissements appartenant à des groupes français, quant à eux, se distinguent de leurs homologues haut-normands par des niveaux d'usage systématiquement moindres, à l'exception du travail sur projet, où ils sont plus actifs.

Le fait que les PME-PMI bas-normandes se soient engagées plus activement dans l'ouverture de sites et qu'elles soient plus nombreuses à en disposer ne change pas grand chose, comme le montre la figure n°42.

**Figure n°42 : Les usages d'Internet dans les PME-PMI normandes disposant d'un site.**



En effet, si cette forte propension à ouvrir des sites est à l'évidence un atout dans l'appropriation des NTIC puisque, à l'évidence, les entreprises disposant d'un site ont aussi un niveau d'usage d'Internet plus élevé que les autres comme le montre la comparaison des figures n°40 et 42, elle n'est néanmoins pas suffisante. En effet, les niveaux d'usages des PME bas-normandes disposant d'un site sont systématiquement plus faibles que ceux de leurs homologues haut-normandes, dès qu'il s'agit d'usages sophistiqués : la hiérarchie des usages est beaucoup plus marquée en Basse-Normandie qu'en Haute-Normandie.

Une analyse par secteur met en évidence de manière quasi systématique une surreprésentation des PME tertiaires dans les usages les plus sophistiqués, sans faire apparaître de réelle différence entre les deux régions.

L'analyse des usages peut également être affinée grâce à une approche par zone d'emploi, en effectuant des rapprochements entre les différents usages existant dans les zones d'emploi et d'autres paramètres qui déterminent les entreprises et peuvent jouer un rôle dans leur usages d'Internet. La clientèle des entreprises, plus ou moins large et distante, le type de réseau de télécommunications dont elles disposent, plus ou moins performant, leur secteur d'activité, leur statut sont autant de paramètres qui peuvent influencer sur les usages d'Internet. La réalisation d'une matrice sous Amado permet de tels rapprochements. Elle permet également l'élaboration d'une typologie des zones d'emploi en fonction du rapprochement de ces différents paramètres.

J'ai exclu de la matrice des zones d'emploi dont la représentation ne reposait que sur une seule entreprise, car cela faussait l'ensemble des résultats tout en étant guère exploitable. C'est le cas des zones d'emploi de Coutances, Gisors, Pays de Bray et Pont-Audemer. Les limites d'un tel exercice, à cette échelle et du fait du caractère tout de même restreint de l'échantillon ne doivent pas être cachées : on peut en tirer des enseignements qui peuvent être cohérents avec ce qu'on sait par ailleurs sur le rôle des villes dans la diffusion des innovations, mais d'autres aspects peuvent n'être représentatifs que de l'échantillon étudié, et ne se prêtent pas à la généralisation.

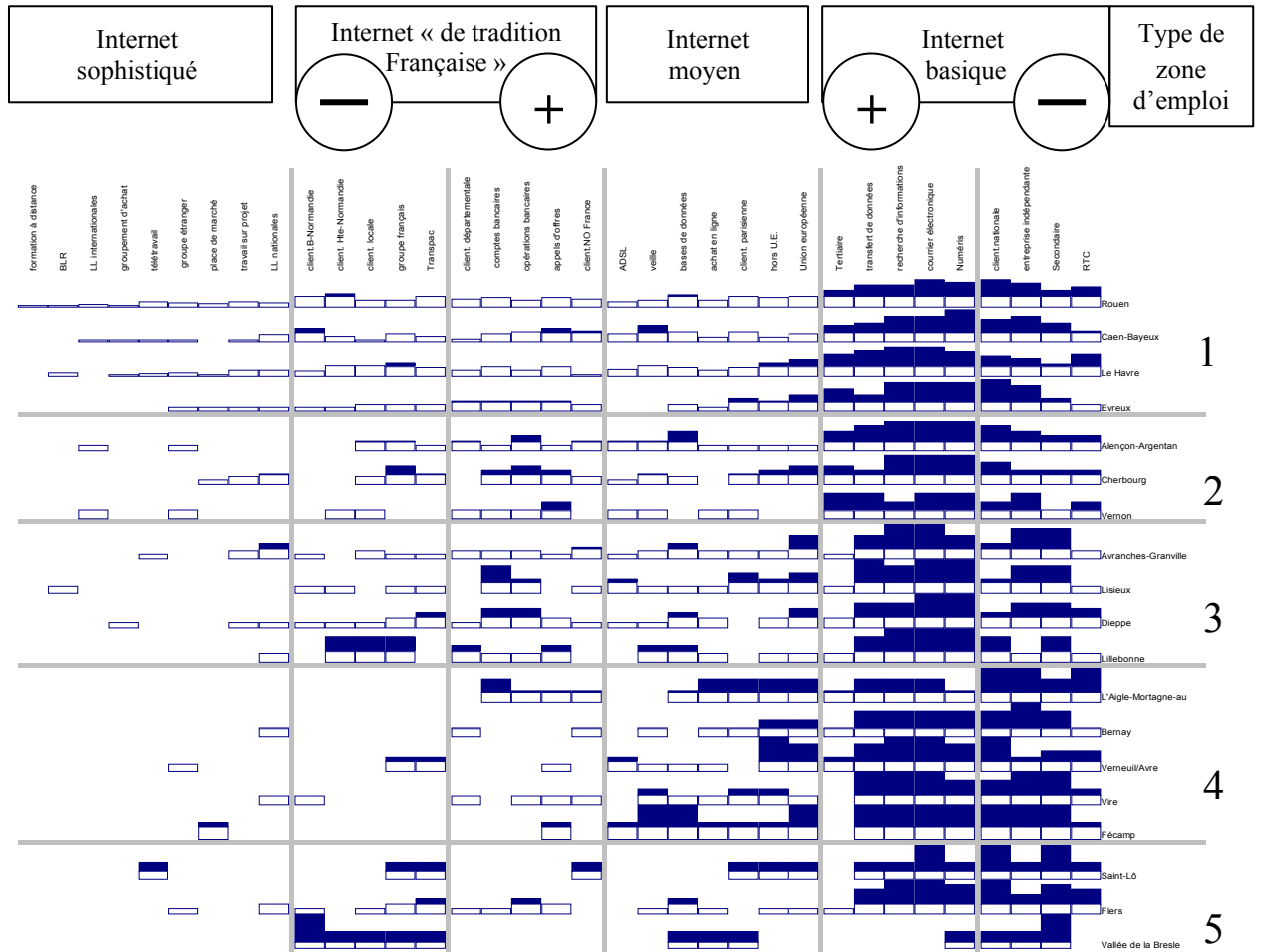
Les regroupements d'indicateurs font apparaître quatre types de situation en matière d'usage, du plus simple au plus compliqué. L'« Internet basique », partagé par toutes les entreprises regroupe les usages les plus simples d'Internet, et repose sur des réseaux de télécommunications classiques (RTC, Numéris). On peut y distinguer deux niveaux de « sophistication » croissante (- et +), le premier étant davantage caractéristique d'entreprises

indépendantes industrielles, équipées en RTC, le second regroupant plutôt des entreprises tertiaires disposant de Numéris. L'«Internet moyen» désigne des usages un peu plus complexes (bases de données, achat en ligne), d'entreprises disposant d'un débit moyen (ADSL) et dont la clientèle est plutôt étrangère. L'«Internet de tradition française» désigne un ensemble d'usages qui nous semblent en fait assez peu novateurs (opérations bancaires, consultations d'appels d'offres) et qui sont le fait d'établissements de groupes français dont la clientèle est plutôt proche. Le signe « - » désigne des entreprises qui utilisent toujours Transpac, et non Internet, pour communiquer avec leur clientèle. L'Internet sophistiqué est le fait plutôt des établissements de groupe étranger, disposant de moyens de télécommunication à haut débit (BLR, LL), en vue d'usages complexes et encore rares en France (travail sur projet...).

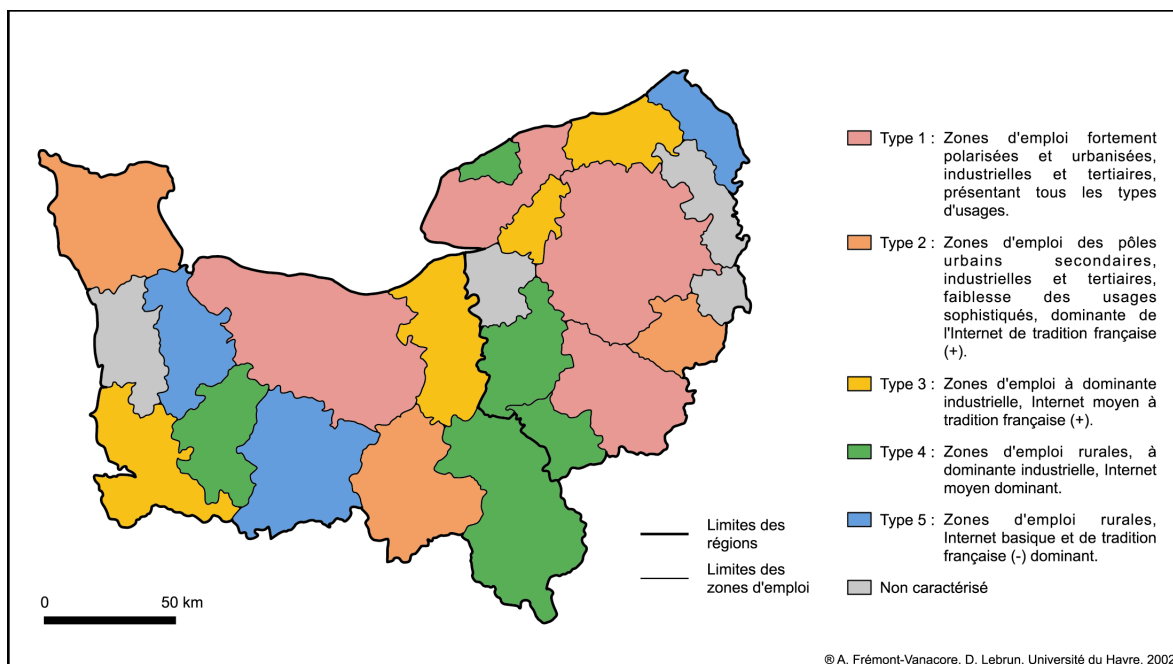
Globalement, la typologie qui se dégage de cette matrice respecte la hiérarchie des zones d'emploi, notamment pour les deux premiers types de zones. La carte n°30 permet de visualiser les différents types de zones d'emploi. Le groupe 1 rassemble les zones d'emploi fortement urbanisées et polarisées par une agglomération de premier ordre à l'échelle normande (Rouen, Le Havre, Caen-Bayeux), desservies par la BLR : ces zones d'emploi sont seules à développer un « Internet sophistiqué », l'Internet basique (-) y est moins présent. Le groupe 2 se trouve plutôt dans les zones d'emploi abritant les agglomérations secondaires (Evreux, Cherbourg, Alençon) : l'Internet sophistiqué est plus rare, l'Internet de tradition française (+) et l'Internet basique (+) domine dans ces zones, qui, comme celles du premier groupe, présentent un certain équilibre sectoriel. Les deux premiers groupes s'inscrivent dans une logique hiérarchique, les zones d'emploi très urbaines et à dominante tertiaire sont aussi celles où l'appropriation des NTIC est la plus profonde.

Les groupes 3 et 4 tendent au contraire à montrer que certaines zones rurales, à dominante industrielle, peuvent présenter des niveaux d'usages très honorables, où l'Internet moyen et l'Internet de tradition française dominant. Les entreprises accèdent ici à une palette d'usages convenable. Le groupe 3, constitué par les zones d'emploi dominées par de petites villes, présente une exception remarquable avec la zone d'emploi d'Avranches-Granville. Le groupe 4, constitué de zones d'emploi très rurales reste assez étonnant du fait d'une dominante d'Internet moyen. Trois d'entre elles (Verneuil, L'Aigle et Bernay) forment un ensemble spatial homogène de part et d'autre des limites régionales. On peut l'interpréter comme une conséquence de leur proximité et de leurs bonnes relations avec Paris.

**Figure n°43 : Typologie des zones d'emploi normandes en fonction de leurs usages d'Internet**







### Carte n°30 : Types d'usages d'Internet par zone d'emploi (début 2002)

Le type 5 est conforme à une diffusion hiérarchique, en ce sens que ces zones rurales (Vallée de la Bresle, Flers, Saint-Lô) sont en situation marginale en terme d'appropriation d'Internet. Seul un Internet basique est pratiqué ici, tandis que l'Internet de tradition française (-) y domine, mettant en évidence que le multimédia n'est pas encore entré dans les mœurs des entreprises de ces zones d'emploi. La Basse-Normandie est plus présente dans ce groupe, mais les zones d'emploi qui ont été écartées de l'étude, plus présentes en Haute-Normandie, auraient certainement pu y être placées, car la faiblesse de leurs réponses peut être interprétée comme l'expression de leur manque d'intérêt pour les NTIC : on aurait alors vu apparaître un centre Manche et des marges septentrionales de la Seine-Maritime à l'écart d'un mouvement qui privilégie les zones dynamiques, qu'elles soient urbaines ou rurales, parfois selon des processus originaux.

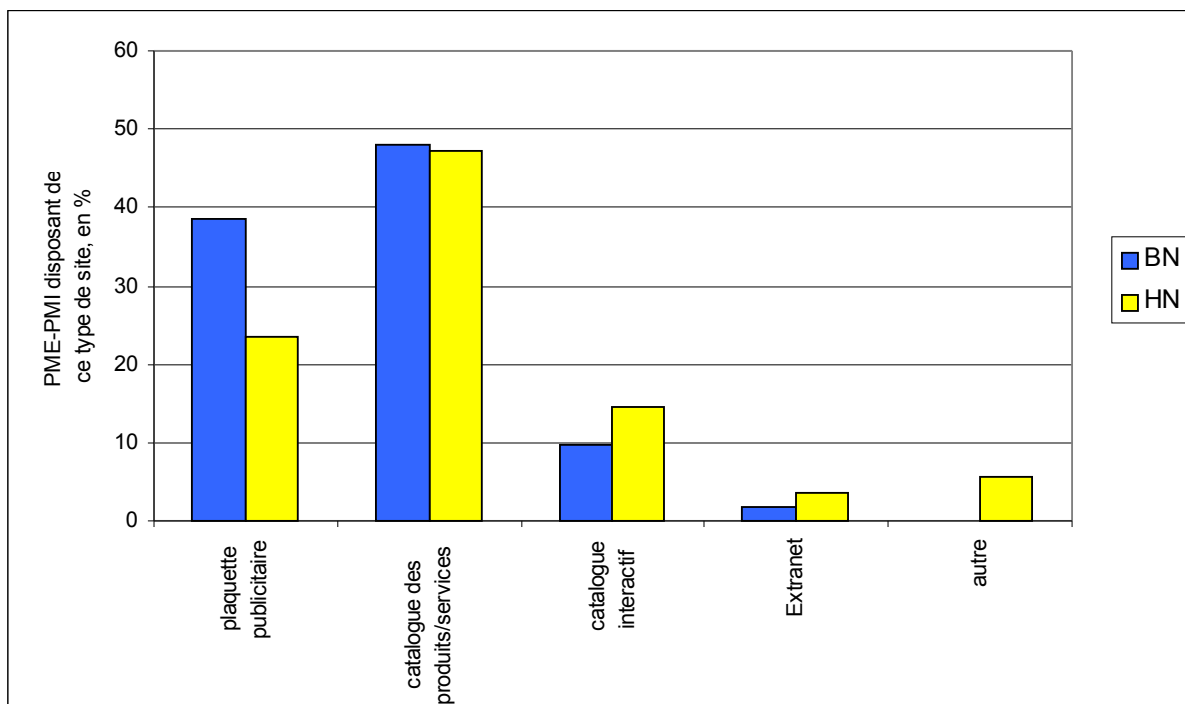
#### 2.3.2 Des profils de sites différents

Le questionnaire permet de dresser des profils de sites régionaux sous trois angles : le type de site (vitrine, catalogue simple, catalogue interactif...), la sécurisation et enfin l'intégration à des portails.

En ce qui concerne **les types de site**, il est intéressant de constater que les PME-PMI normandes dans leur ensemble ont dépassé le stade de la plaquette publicitaire : en effet, les sites-plaquettes ne représentent que 30,8% des sites, se retrouvant ainsi en deuxième position derrière les sites-catalogues (47.7%), qui représentent un degré d'appropriation certes encore faible, mais tout de même plus élevé que la plaquette. Les sites avec catalogue interactifs restent encore minoritaires (12.1%).

Cette hiérarchie est la même dans les deux régions, comme le montre la figure suivante.

**Figure n°44 : Les types de sites des PME-PMI normandes.**

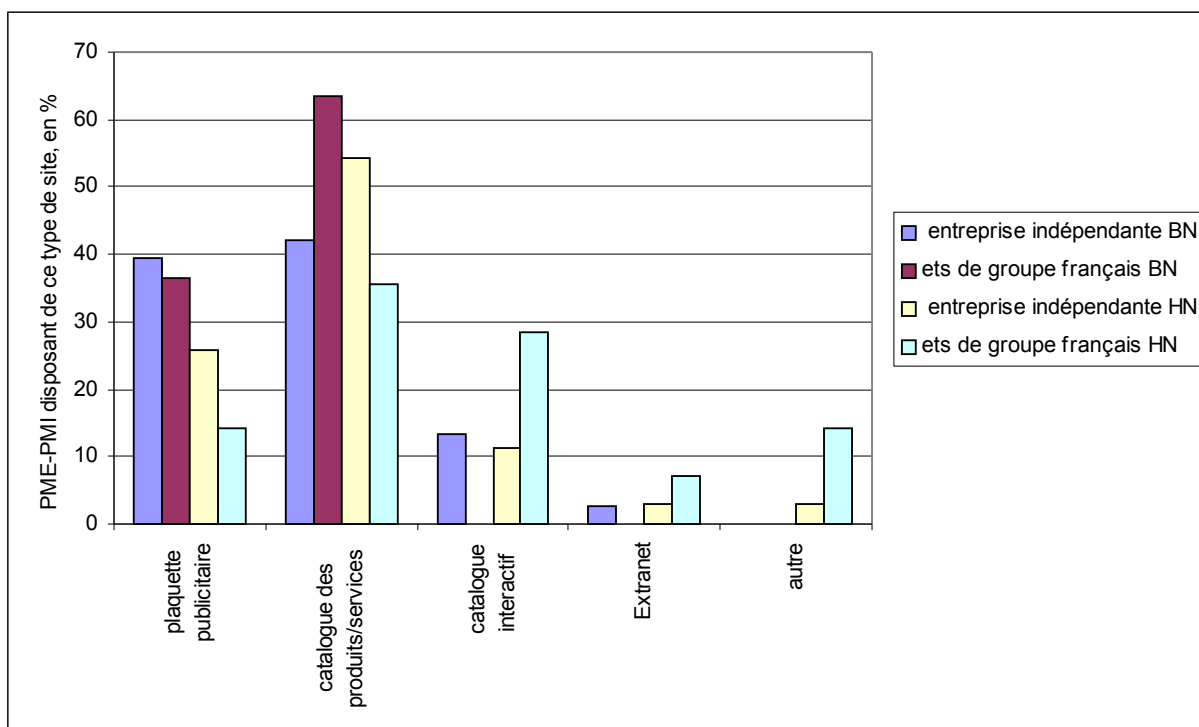


Toutefois, la constatation selon laquelle les entreprises disposant d'un site présentent des niveaux d'usages plus faibles en Basse-Normandie qu'en Haute-Normandie trouve une suite logique dans le fait que les sites-vitrines occupent une place nettement plus importante dans la première région, alors que les types de sites plus sophistiqués (catalogue interactif, Extranet, autre) sont moins représentés.

Les entreprises indépendantes bas-normandes sont à l'origine de ces différences, car les sites-plaquettes sont presque autant représentés dans leur groupe que les sites-catalogues, ce qui n'est pas le cas dans les entreprises du même type haut-normandes. Toutefois, leur part dans des types de sites sophistiqués (catalogue interactif et Extranet) est du même ordre que celle de leurs homologues haut-normandes. On remarque également que le comportement des établissements appartenant à des groupes français est systématiquement meilleur que celui des entreprises indépendantes, surtout en Haute-Normandie. Les établissements de groupe

français haut-normands se distinguent par ailleurs de leurs homologues bas-normands par une hiérarchie des sites qui fait la part belle aux sites les plus sophistiqués, les sites vitrines étant nettement minoritaires.

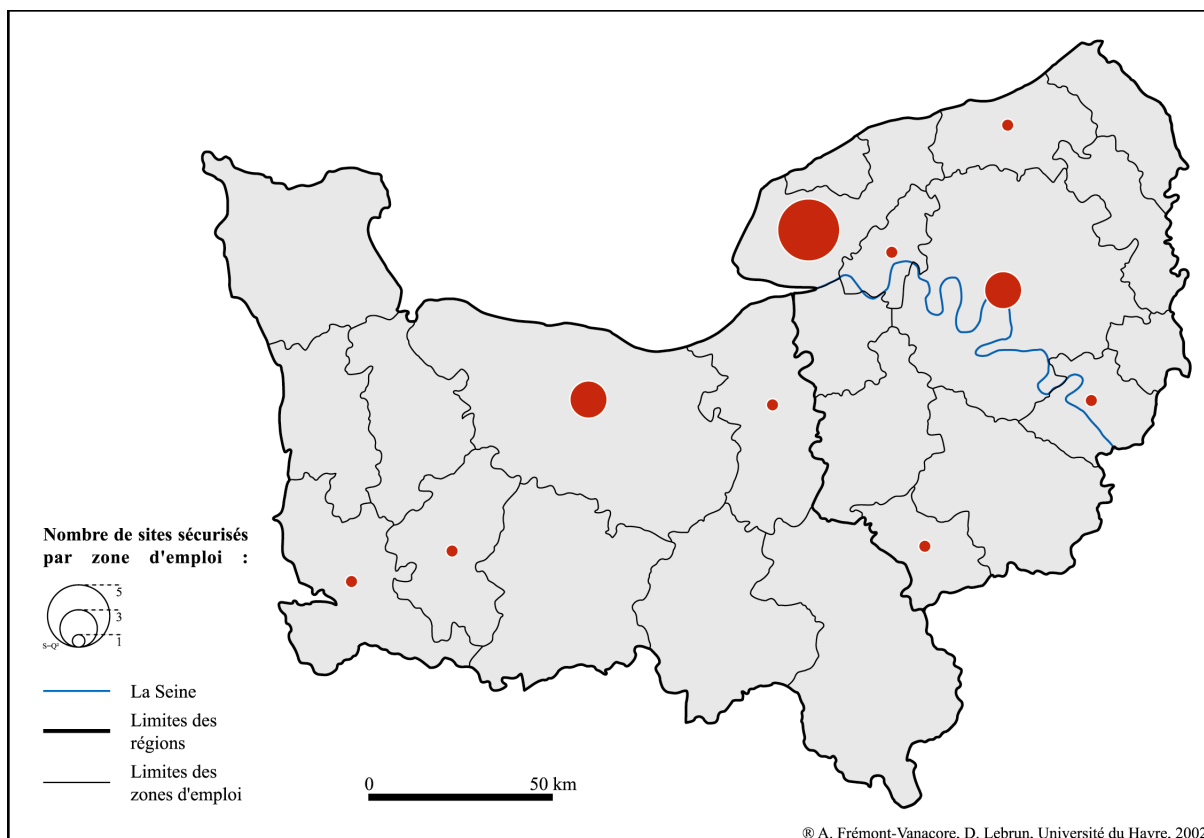
**Figure n°45 : Les types de sites des PME-PMI normandes, en fonction du statut.**



Une analyse par secteur montre une propension plus forte des PME du secondaire à se contenter de sites-vitrine, notamment en Basse-Normandie (41.7% des sites contre 25% en Haute-Normandie). Les entreprises tertiaires privilégient nettement les sites catalogues (environ 55% des sites dans les deux régions). En revanche, les entreprises du secondaire développent davantage des sites interactifs, notamment en Haute-Normandie (25%, contre 11% en Basse-Normandie) alors que ce type de site n'est le fait que de 6% des entreprises tertiaires dans les deux régions.

**La sécurisation des sites** est encore peu développée dans les deux régions, puisqu'elle ne concerne que 16.8% des sites, ce qui témoigne de la faiblesse persistante du commerce électronique en France. Toutefois, là encore, la Haute-Normandie se distingue par un degré de sécurisation des sites de PME plus élevé que la Basse-Normandie : environ un site sur cinq (21.8%) est sécurisé en Haute-Normandie, alors que cette proportion tombe à un site sur dix (11.5%) en Basse-Normandie ! La Haute-Normandie doit cette avance aux établissements appartenant à des groupes français, dont les sites sont sécurisés à hauteur de 42.9%, alors que cette proportion tombe aux environs de 13 à 14% pour les entreprises indépendantes dans les deux régions (13.2% en Basse-Normandie, 14.3% en Haute-Normandie) et pour les établissements bas-normands appartenant à des groupes français, plutôt en retard (9.1%). Le tertiaire haut-normand est également en pointe (29% de sites sécurisés), alors que le secondaire haut-normand, avec 12.5% de sites sécurisés, est dans une situation similaire au tertiaire (12.5%) comme au secondaire (11.1%) bas-normand.

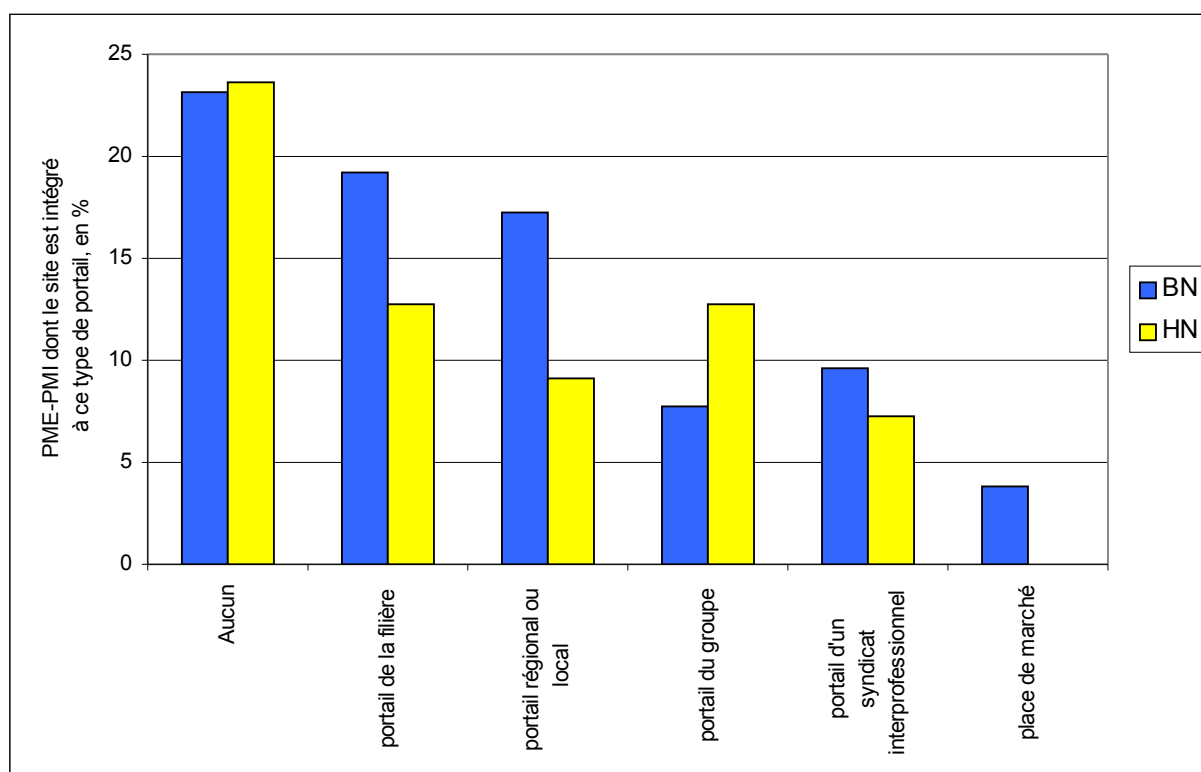
La répartition spatiale des entreprises disposant de sites sécurisés privilégie nettement les zones d'emploi les plus urbanisées et les plus puissantes (Carte n°31). Ainsi, la Haute-Normandie concentre les 2/3 des sites sécurisés, et, parmi eux, plus de la moitié (55.6%) sont concentrés dans la vallée de la Seine, dans les zones d'emploi du Havre (27.8% du total des sites sécurisés), de Rouen (16.7%), de Lillebonne et de Vernon (5.6% chacune). Dieppe mis à part, le nord de la Seine Maritime n'est pas du tout représenté. En Basse-Normandie, c'est le Calvados qui domine (27.8% des sites), et notamment la zone d'emploi de Caen-Bayeux (16.7%), tandis que l'Orne est totalement absent. Si on compare les trois grandes zones d'emploi Le Havre, Rouen et Caen-Bayeux, il est intéressant de constater que c'est au Havre que le taux de sécurisation des sites est le plus fort (35.7% des sites havrais), puis à Caen (17.6% des sites de la zone), et enfin à Rouen (14.3% des sites rouennais), alors que c'est dans cette dernière zone d'emploi que le nombre de sites est le plus élevé (21, contre 17 à Caen-Bayeux et 14 au Havre). L'ouverture internationale du Havre joue un rôle important.



### Carte n°31 : Les sites sécurisés dans les PME-PMI normandes (début 2002)

Les entreprises des deux régions présentent des comportements différents en matière d'intégration de leur site à des portails, comme le montre la figure n°46.

**Figure n°46 : L'intégration des sites de PME normandes dans des portails**



Les sites des PME-PMI normandes sont davantage intégrés dans des portails régionaux ou local que ceux de leurs homologues haut-normandes, ce qui témoigne une insertion dans une logique d'appartenance régionale plus forte en Basse-Normandie. Ceci est d'abord le fait des entreprises indépendantes du secondaire. Dans les deux régions, l'intégration du site à des portails de syndicat interprofessionnel est privilégiée par les établissements appartenant à des groupes, tandis que les portails de filières concernent davantage les entreprises indépendantes. Cette question s'étant toutefois heurtée à l'ignorance de plus d'un tiers des répondants (37%), ces résultats ne me semblent pas pouvoir donner lieu à une analyse plus approfondie.

### 2.3.3 *Les usages contrastés des Intranet et Extranet*

L'étude des usages des Intranet et Extranet confirme les conclusions précédentes, en faveur d'une appropriation plus profonde des NTIC en Haute-Normandie. Les figures suivantes permettent de l'illustrer d'une façon un peu originale, qui nécessite peut-être une aide à la lecture : plus le niveau d'un usage est faible, plus le point qui le décrit est proche du centre du radar (0%) ; à l'inverse, plus le niveau d'un usage est élevé, plus le point qui le décrit est proche de la périphérie du radar (100%), où est spécifié le nom de l'usage considéré.

En ce qui concerne les usages les plus courants de ces deux outils (courrier électronique, agenda partagé pour les Intranet, échange de données pour les Extranet), les deux régions ne se différencient guère. En revanche, les usages plus sophistiqués, et notamment le travail sur projet (pour les deux outils) et le commerce électronique (pour les Extranet) sont moins développés en Basse-Normandie. Le retrait bas-normand est particulièrement sensible en ce qui concerne les usages des Extranet, beaucoup moins en ce qui concerne les Intranet, où les PME régionales font aussi bien (agenda partagé), voire un peu mieux (forum, publications d'informations) que leurs homologues haut-normandes dès qu'il est question de partage de l'information en interne.

L'étude des usages met en évidence une réalité inverse à celle qu'avait fait apparaître le niveau quantitatif d'appropriation et la chronologie de la diffusion des NTIC. L'ensemble est riche d'enseignements sur la diffusion des NTIC et sur le rôle des politiques territoriales et des réseaux d'entreprises, leurs avantages et leurs limites respectives dans ce domaine.

La dynamique territoriale joue effectivement un rôle dans cette diffusion, mais il reste plutôt d'ordre quantitatif, en permettant à un nombre important d'entreprises d'accéder, au moins superficiellement, à ces technologies. Même si ce n'est pas complètement satisfaisant, on peut se demander quel serait le stade d'appropriation des NTIC en Basse-Normandie si une telle dynamique n'existait pas. Les limites qualitatives de l'appropriation bas-normande, mais aussi les limites quantitatives de l'appropriation haut-normande sont là pour le confirmer. Néanmoins, et même en l'absence d'une réelle dynamique territoriale, une diffusion par les réseaux d'entreprises reste plus efficace, puisqu'elle permet aux entreprises qui y sont soumises d'accéder à des usages plus sophistiqués, qui signalent une intégration plus



profonde dans l'organisation de l'entreprise. Toutefois, cette conclusion garde un caractère provisoire, car nous n'avons pas encore étudié la façon dont s'effectue cette diffusion.

Figure n°47 : Les usages des Intranet dans les PME-PMI normandes

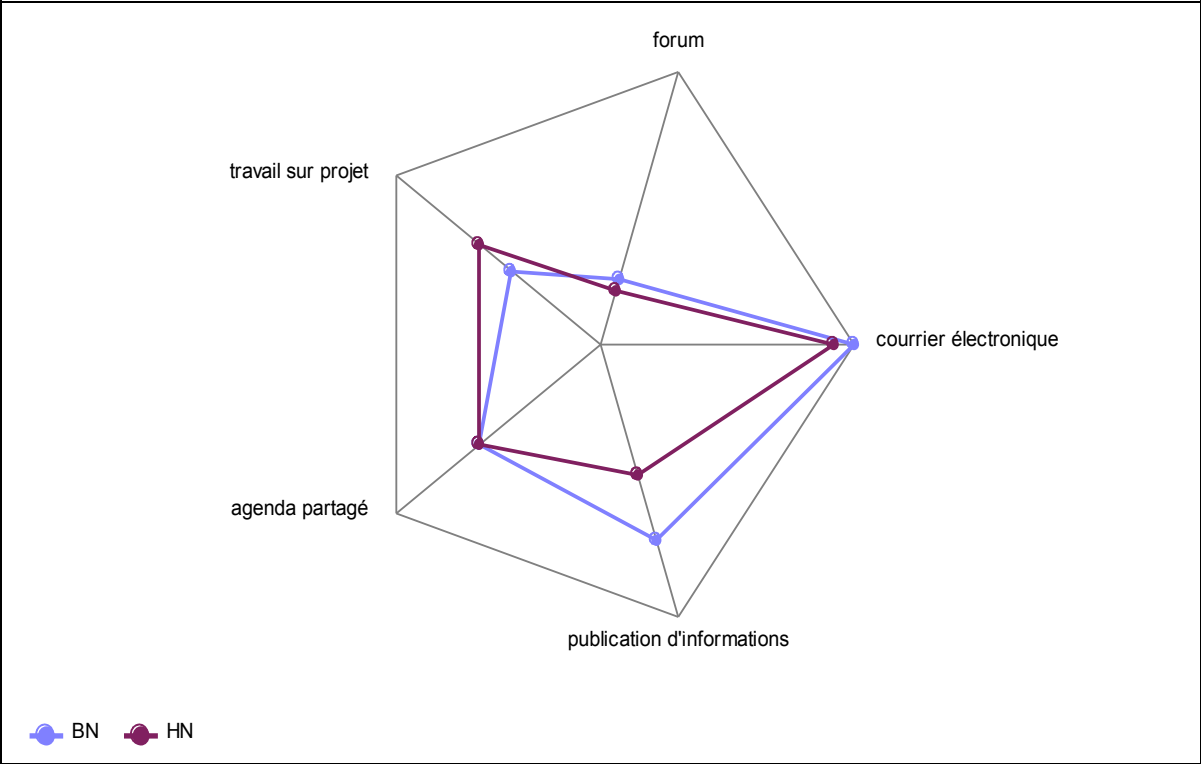
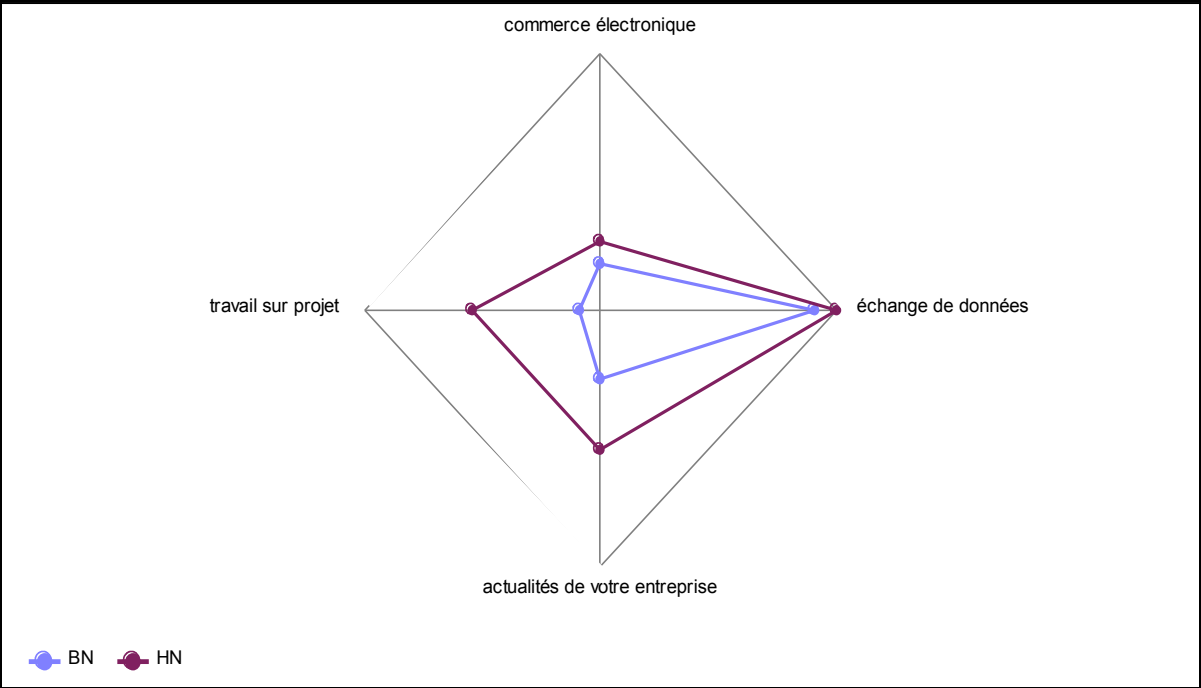


Figure n°48 : Les usages des Extranet dans les PME-PMI normandes



## 2.4 Les acteurs de la diffusion

Les derniers enseignements susceptibles d'être retirés du questionnaire portent sur la façon dont s'est effectuée la diffusion et sur la façon dont les répondants perçoivent le rôle des différents types d'acteurs en matière de diffusion d'Internet. Leur étude sera menée de manière synthétique et mise en relation avec ce que l'on sait par ailleurs de l'action des acteurs locaux, dans la mesure où cela s'avère possible et pertinent.

### 2.4.1 *Les moteurs de la connexion à Internet : contrastes régionaux*

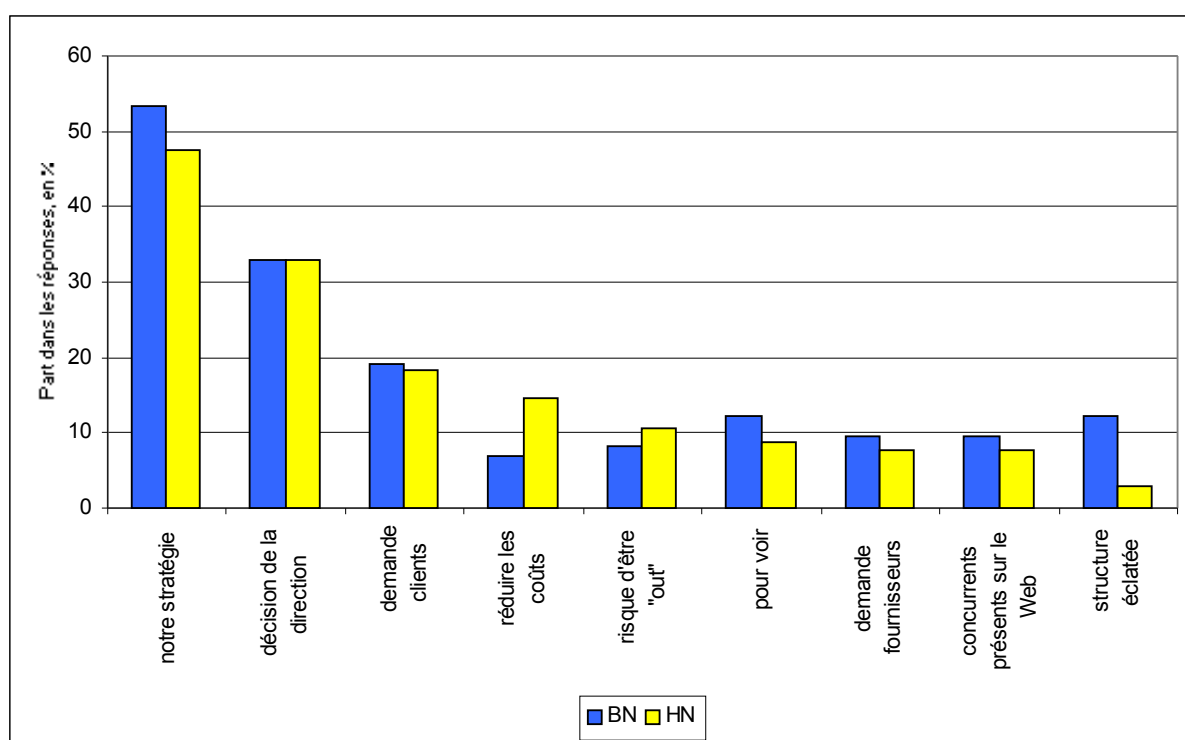
Il peut être intéressant de voir si des contrastes régionaux existent dans les facteurs qui ont joué un rôle dans la décision de l'entreprise de se connecter à Internet, pour tenter de déceler si la position dans l'espace de l'entreprise est susceptible de jouer un rôle dans cette décision, sachant que les deux régions présentent précisément des positions différentes, l'une, la Basse-Normandie, étant nettement plus périphérique que l'autre dans l'espace économique français.

La figure n°49 décrit, en fonction du statut et de la région de localisation les réponses données et ses enseignements ne sont pas dénués d'intérêt.

D'une part, les moteurs d'origine interne à l'entreprise (notre stratégie, décision de la direction, plus secondairement réduire les coûts, peur d'être out, pour voir) jouent un rôle premier dans la décision de se connecter à Internet. Des contrastes interrégionaux ne sont pas considérables. On notera simplement qu'il se dégage un certain paradoxe dans le fait que les PME bas-normandes affirment, plus que leurs homologues haut-normandes, que la connexion à Internet fait partie de leur stratégie de développement, alors que par ailleurs elles sont plus timides en matière d'usages.

D'autre part, les moteurs d'origine externe, qui constituent en fait la pression de l'environnement de l'entreprise en faveur de la connexion à Internet, jouent un rôle certes moindre, mais dont les contrastes régionaux sont révélateurs d'un positionnement différent des PME-PMI par rapport à leur propre environnement.

**Figure n°49 : Les moteurs de la décision de connexion à Internet des PME-PMI normandes.**



La plupart de ces moteurs externes (clients, fournisseurs, concurrence) sont représentatifs de l'immersion de l'entreprise dans des réseaux et des filières. Nos deux régions ne présentent pas ici un profil fondamentalement différent. On peut simplement noter que les

entreprises bas-normandes apparaissent globalement plus sensibles à la pression de ce type de moteur qui, en pourcentages cumulés, représente 38.4% des réponses, alors qu'il ne représente que 34% des réponses haut-normandes.

Les réponses portant sur la structure éclatée de l'entreprise peuvent être interprétées comme révélatrices de la perception par la PME-PMI de sa propre localisation dans l'espace, au sens géographique et économique du terme. Ici, une réelle différence se fait sentir entre les deux régions. Alors que ce type de réponse vient au dernier rang en Haute-Normandie, il intervient en quatrième position en Basse-Normandie, juste après la demande des clients. Il me semble possible d'interpréter ceci comme le résultat d'un sentiment de marginalité dans l'espace, lequel devient un moteur de la connexion à Internet, perçu comme un outil capable de limiter cette marginalité ou du moins ses effets, notamment économiques. Un tel sentiment n'existant pas en Haute-Normandie, il est logique qu'il ne joue pas un rôle moteur dans la connexion à Internet.

Au total, les moteurs de la connexion à Internet ne sont pas fondamentalement différents dans les deux régions. Toutefois, il semble bien qu'une composante spatiale, liée au sentiment d'être géographiquement et économiquement périphérique, existe dans les PME-PMI bas-normandes, même si elle n'est pas première.

#### *2.4.2 Le rôle marginal des acteurs institutionnels dans la diffusion d'Internet : les contrastes régionaux*

Il apparaît clairement que les acteurs institutionnels jouent un rôle marginal dans la diffusion d'Internet lors des différentes étapes qui suivent la décision (information, conseil, formation) (Figure n°50).

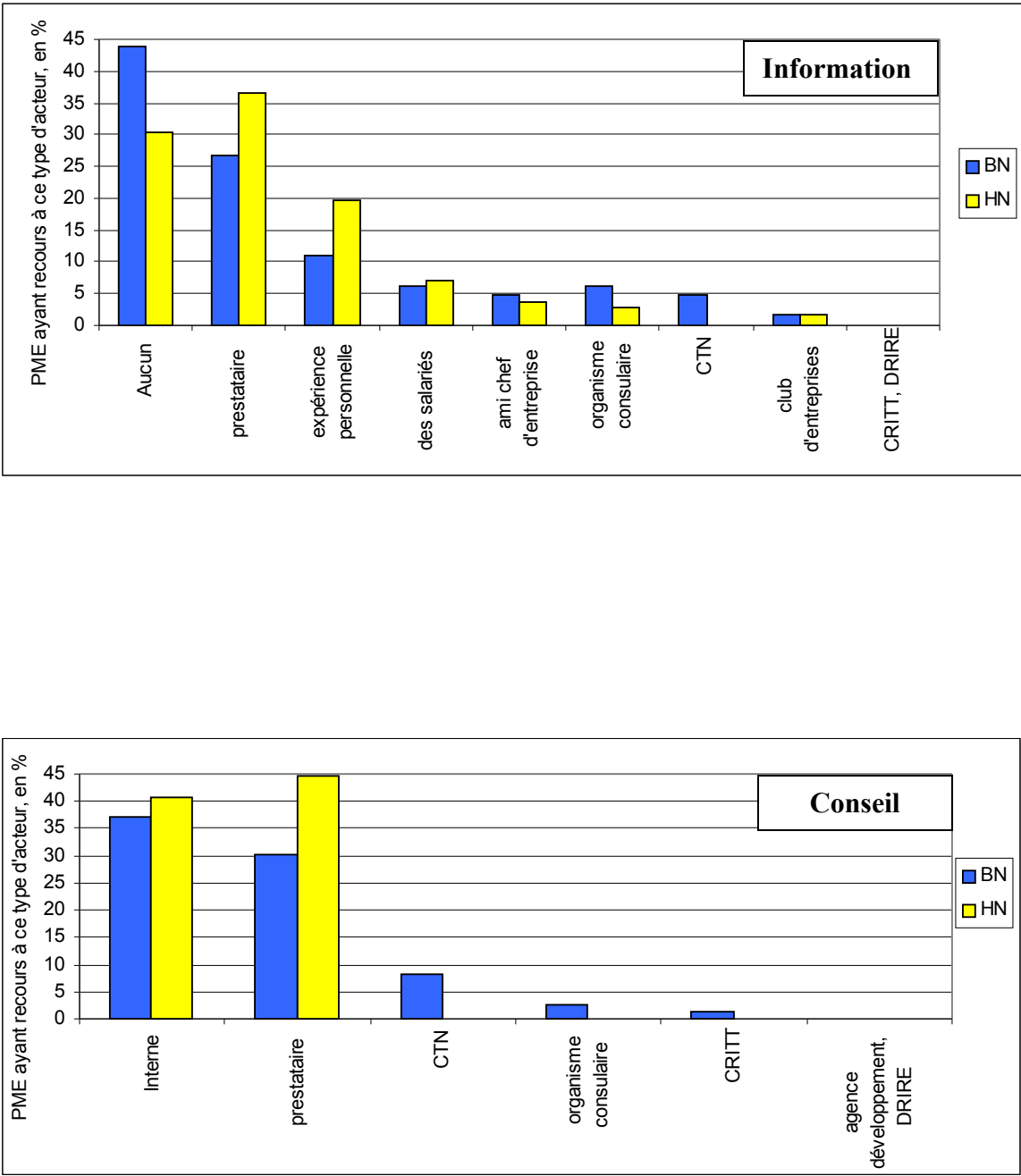
En effet, tant en terme d'information comme de conseil et d'information, les PME-PMI privilégient très nettement en premier lieu leurs ressources internes, en second lieu le recours à un prestataire de services, et ceci dans les deux régions. Toutefois, nos deux régions se distinguent l'une de l'autre par des comportements différents.

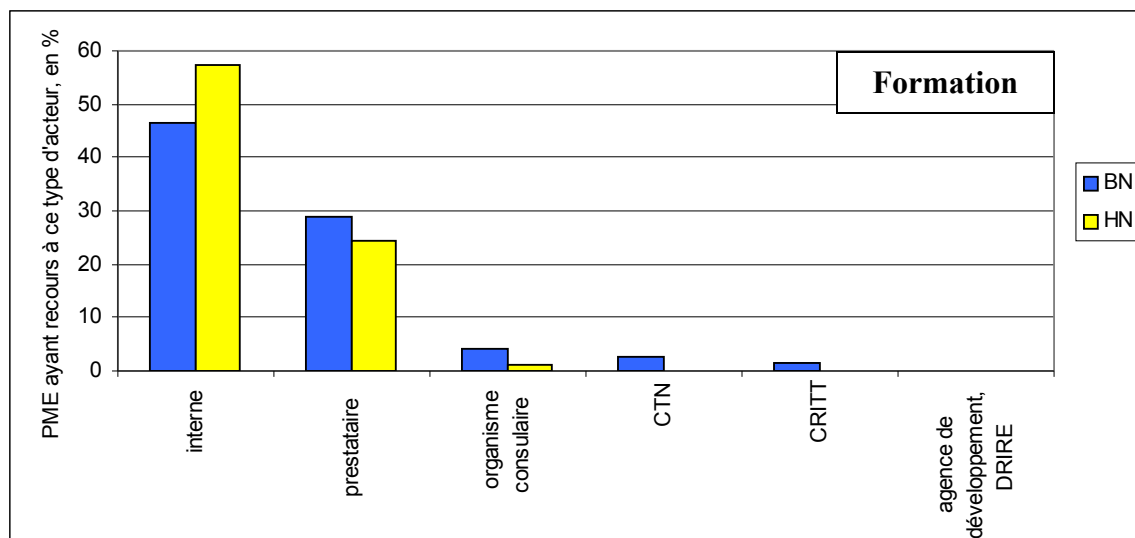
Le recours à des **ressources internes** est le mode principal d'appropriation d'Internet dans les deux régions, où il s'effectue dans des proportions similaires, puisqu'en pourcentage cumulé sur les trois types d'approche (aucun, expérience personnelle, salariés, interne), il représente 144% en Basse-Normandie, 155% en Haute-Normandie.

C'est en fait dans le recours à des ressources externes que les PME des deux régions se différencient. Leur propension à recourir à l'offre privée (prestataires de services) et aux dispositifs institutionnels est en effet différente d'une région à l'autre.

Le recours aux prestataires de services arrive, dans les deux régions, très nettement au deuxième rang après les ressources internes. Toutefois, il est plus massif en Haute-Normandie qu'en Basse-Normandie puisque, en pourcentages cumulés sur les trois approches, il représente 105% en Haute-Normandie contre 85% en Basse-Normandie. Ceci n'est sans doute pas étranger au niveau d'usages plus élevé des PME haut-normandes. L'écart entre les deux régions est particulièrement net en matière d'information et surtout de conseil, il l'est beaucoup moins en matière de formation, domaine dans lequel le secteur privé est moins sollicité en général, mais davantage par les PME bas-normandes que par leurs homologues haut-normandes.

Figure n°50 : Les acteurs de la diffusion d'Internet : information, conseil, formation.





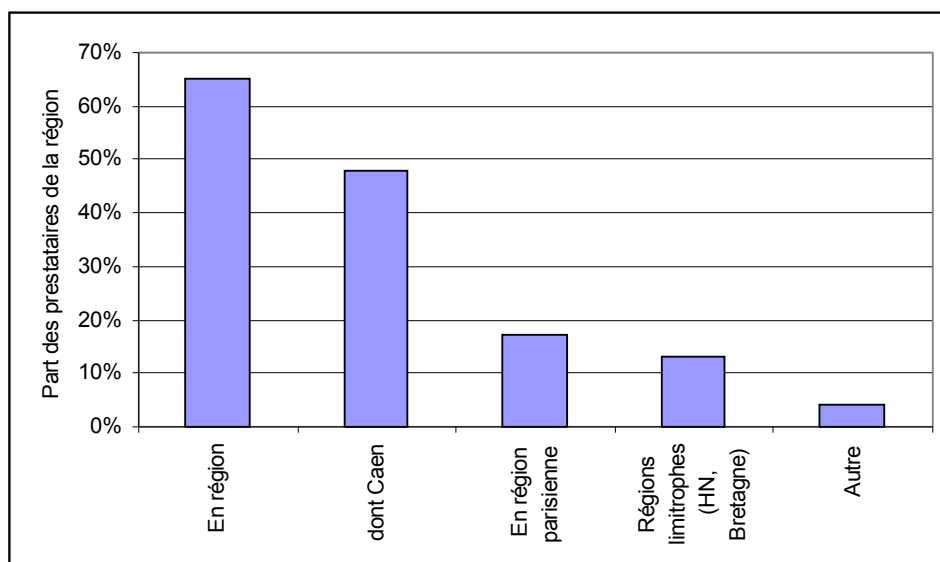
Cette constatation est confirmée par le fait que les PME haut-normandes confient plus facilement l'hébergement de leur site à un prestataire de services : 52,7% des PME disposant d'un site le confient à un prestataire en Haute-Normandie, alors que cette proportion tombe à 43,4% en Basse-Normandie, et ce même si plusieurs entreprises bas-normandes ont insisté sur l'importance que revêtait pour elles la proximité de leur prestataire de services. Les figures n°51 et 52 mettent en évidence des comportements un peu différents entre les PME des deux régions dans le choix du prestataire en terme de localisation. Les PME haut-normandes semblent trouver satisfaction en région (76% avec une forte concentration sur Rouen (41.4%) et Le Havre (24.1%)) plus facilement que leurs homologues bas-normandes (65,2%, dont 47.8% sur Caen). Le rayonnement des régions limitrophes est plus important (environ 21% contre 13%) en Haute-Normandie du fait du poids de l'Ile-de-France (17,4%), les PME bas-normandes ne pouvant guère que se tourner vers la Bretagne et la Haute-Normandie. Ceci n'empêche pas un fort rayonnement de l'Ile-de-France sur la Basse-Normandie (20,7%). Il est intéressant de noter que les PME des zones d'emploi rouennaise et havraise s'adressent prioritairement à des prestataires de leur zone d'emploi, et secondairement à des prestataires parisiens. De plus, les échanges entre les deux zones sont très faibles, en une sorte



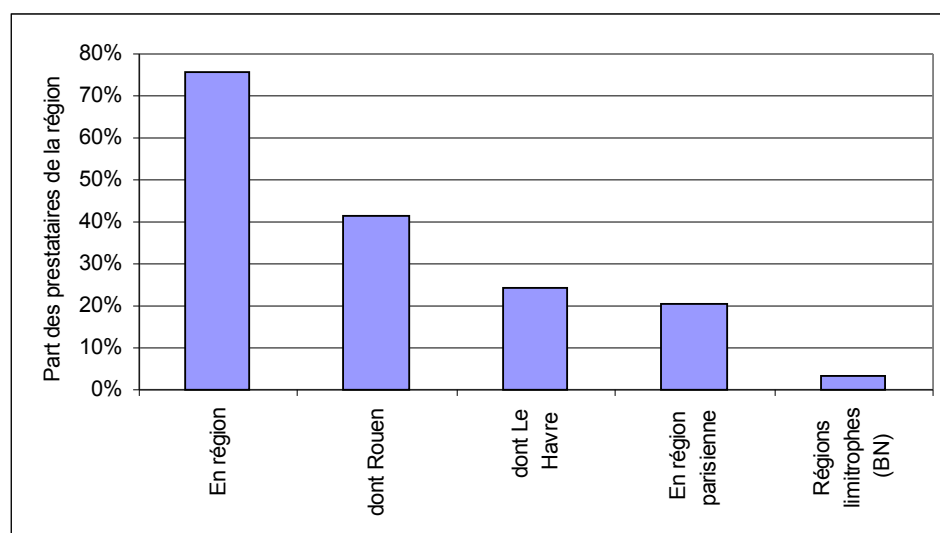
d'hermétisme réciproque qui peut être interprété comme un enième témoignage de l'animosité ancienne qui caractérise les relations entre ces deux villes haut-normandes. Des trois grandes villes normandes, Le Havre est la seule dont le marché PME des prestataires de la zone se limite aux seules PME de la zone, alors que Rouen et Caen rayonnent au-delà de leur zone d'emploi, mais d'une manière plus limitée pour Rouen, notamment sur l'ouest de la région du fait de l'hermétisme havrais.

Tous ces enseignements entrent en cohérence avec des études déjà évoquées (TAD, 1999 ; INSEE- Bretagne et alii, 2000), qui mettent en évidence un meilleur positionnement relatif de Caen par rapport à Rouen tant en terme de poids relatif des activités informatique et TIC (TAD, p.36) qu'en terme de concentration des services aux entreprises dans l'aire urbaine : l'aire urbaine de Caen (28.9% de l'emploi régional total) concentre 38.2% des activités de services aux entreprises de Basse-Normandie, alors que celle de Rouen (28.3% de l'emploi régional total) n'en concentre que 34.2% (INSEE, *ibid.*). Le faible rayonnement constaté du Havre est confirmé puisque, en matière d'activités informatique et TIC, « le niveau du Havre est anormalement bas pour une grande agglomération portuaire » (TAD, *idem*), le premier port français, en vingtième position loin derrière Marseille (12ème) et plus encore Bordeaux (8ème) et Nantes (4<sup>ème</sup>) ne pouvant se vanter que de devancer Dunkerque et Calais !

**Figure n°51 : Localisation des prestataires de services Internet des entreprises bas-normandes disposant d'un site.**



**Figure n°52 : Localisation des prestataires de services Internet des entreprises haut-normandes disposant d'un site.**



Les dispositifs institutionnels occupent une place très marginale dans la diffusion d'Internet. Toutefois, les deux régions se différencient ici plus nettement encore. En effet, le recours à ces dispositifs représente, en pourcentages cumulés, environ 30% des réponses bas-normandes, contre 5% des réponses haut-normandes, le recours à ce type d'organisme étant

même inconnu dans cette région dans le domaine du conseil. En Basse-Normandie, les dispositifs institutionnels sont utilisés à toutes les étapes de la démarche, mais de moins en moins à mesure que cette démarche est avancée. L'action du CTN apparaît clairement dans les réponses, soit parce qu'il est directement identifié et cité, soit parce que l'entreprise a eu recours à un organisme consulaire, lequel héberge en fait un conseiller du CTN. On voit là tout l'intérêt d'une action de terrain, reposant sur un maillage du territoire et s'appuyant sur les acteurs institutionnels les plus proches du terrain, ici les organismes consulaires. On peut raisonnablement penser que cette action a fortement contribué à accélérer la vitesse de diffusion d'Internet et de certaines de ses déclinaisons en Basse-Normandie. Le caractère assez marginal, mais tout de même clairement identifiable, de l'action des acteurs institutionnels dans la diffusion des NTIC est confirmé par le niveau de notoriété de l'Extranet régional d'intelligence économique de l'antenne bas-normande de l'ADIT : 16.4% des entreprises interrogées affirment le connaître, cette proportion atteint 19.2% des PME disposant d'un site, ce qui représente un résultat somme toute assez convenable pour ce genre d'outil virtuel, même s'il serait souhaitable de l'améliorer.

Le rôle de l'Etat n'était pas évoqué dans le questionnaire à ce niveau là. Toutefois, des témoignages, peu nombreux, démontrent que son action n'est pas négligeable, notamment lorsqu'il s'agit de toucher les PME les plus réticentes. Deux entreprises (une du Havre (10 salariés), l'autre d'Alençon (131 salariés)) ont déclaré s'être connectées à Internet du fait de l'obligation qui leur est désormais faite depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002 de reverser la TVA à l'aide de cet outil. A ma question (téléphonique) portant sur le fait de savoir si des usages nouveaux n'étaient pas apparus depuis cette connexion forcée et plutôt mal vécue, la première PME a reconnu qu'Internet était effectivement un moyen beaucoup plus fiable que le fax pour transmettre des photos d'avaries de navire !!!

Le recours à des dispositifs institutionnels en matière de financement est encore plus faible, c'est pourquoi la figure n°50 ne l'illustre pas. Seulement 7.5% des entreprises étudiées, bas-normandes pour 57% d'entre elles, affirment avoir eu recours à un financement public pour leur site. L'une d'entre elles, honfleuraise, a reçu un financement européen en qualité de lauréate du grand prix européen de l'innovation, en 1998. Ceci a été confirmé par de nombreux interlocuteurs (DRIRE, Conseils régionaux, CCI du Havre, Pôle normand des échanges électroniques), qui constatent, en Basse-Normandie et plus encore en Haute-Normandie que les fonds régionaux (FRAC-NTIC en Haute-Normandie) et des DRIRE (*e-ATOUT*) sont peu, voire pas du tout utilisés par les entreprises. Celles-ci ne semblent pas

connaître leur existence, et, circonstance aggravante, il en est de même des prestataires de services, qui pourraient orienter les entreprises vers ces dispositifs. J'ai pu moi-même expérimenter cette ignorance puisqu'une entreprise de l'Eure qui a bien voulu répondre à mon questionnaire m'a ensuite contactée pour me demander à quoi je faisais allusion dans la question pourtant sur les possibilités de financement.

Les PME des deux Normandie présentent donc des profils différents dans leur mode d'appropriation d'Internet : celles de Haute-Normandie recourent d'abord à leurs ressources internes et à l'offre de services privée, tandis que, en Basse-Normandie, s'y ajoute le recours aux dispositifs mis en place par les acteurs institutionnels de la diffusion.

Deux entreprises, la première havraise, la seconde honfleuraise, m'ont confié les détails de leur démarche et me semblent emblématiques, dans une certaine mesure, du mode de fonctionnement un peu différent des deux régions. Elles ont toutes deux insisté sur l'importance de missions à l'étranger, en Asie (Singapour et Shanghai, en 1999) pour la première, aux Etats-Unis pour la seconde, dans la prise de décision concernant Internet. La décision repose donc sur un processus interne d'observation de l'environnement lointain, qui aboutit à la constatation effarée du retard français en général, et de l'entreprise en particulier. Dans les étapes suivantes du processus, l'entreprise havraise s'est directement mise en relation avec un prestataire de services, tandis que la PME honfleuraise a complété son information en prenant conseil auprès du CTN, avant de recourir à son tour à un prestataire.

#### *2.4.3 Les attentes des PME-PMI à l'égard des différents acteurs de la diffusion*

Aucune différenciation régionale de dimension générale n'a pu être mise en évidence en matière d'attentes des entreprises à l'égard des acteurs de la diffusion énumérés dans le questionnaire, sauf peut-être en ce qui concerne les clubs d'entreprises, à propos desquels les attentes des PME bas-normandes sont plus fortes que celles de leurs homologues haut-normandes.

Il n'en reste pas moins que les entreprises dans leur ensemble ont bien des attentes à l'égard des acteurs locaux, puisqu'elles sont très peu nombreuses à considérer que tous ces acteurs n'ont aucun rôle à jouer dans la diffusion d'Internet. Ce sont les collectivités locales qui sont le moins attendues dans ce domaine, puisque 12.5% des entreprises considèrent

qu'elles n'ont aucun rôle à y jouer (10.8% pour l'Etat, 8% pour les CCI et les clubs d'entreprises). Dans une tradition bien française, c'est le rôle de l'Etat qui est le mieux identifié puisque c'est lui qui totalise le moins de réponses « Ne sait pas » : 13.1%, contre 19.9% pour les collectivités locales, 22.7% pour les CCI ( ! ), et 28.4% pour les clubs d'entreprises, qui sont souvent plutôt mal vus et considérés comme trop mondains.

De plus, un certain nombre de renseignements entrent en cohérence avec les réalités régionales et les comportements des entreprises décrits précédemment.

L'ignorance avouée à l'égard du rôle des CCI, plutôt élevée dans l'ensemble, l'est particulièrement en Haute-Normandie, où il atteint 28.2% contre 15.1% en Basse-Normandie, ce qui résulte certainement du moindre engagement régional dans ce domaine et s'inscrit dans la logique du très faible recours à ces institutions en Haute-Normandie. Dans le même temps, et de manière paradoxale, en tout cas dans une certaine mesure, les PME bas-normandes sont deux fois plus nombreuses (12.3%, contre 5.8%) à ne reconnaître aucun rôle aux CCI. Ceci exprime sans doute une certaine méfiance générée par l'interventionnisme même des organismes consulaires, via le CTN, lequel peut être ressenti comme une concurrence déloyale, comme le confirme un témoignage agacé d'une entreprise alençonnaise de conseil pour les affaires et la gestion : selon cette entreprise, la diffusion d'Internet ne doit pas être un domaine d'intervention des CCI car « elles en feraient nécessairement un système d'inhibition des initiatives privées » du fait de leurs tendances « phagocytaires dans notre domaine d'intervention ». En dehors de ces différences entre les deux régions, les PME assignent aux CCI, dans des proportions identiques en Haute- et en Basse-Normandie, un rôle de conseil (33%), de formation (23.3%), de financement (22.7%), de sensibilisation (18.8%), de fournisseur de services (15.3% en moyenne, 19.2% en Basse-Normandie et 12.6% en Haute-Normandie) et d'aide à la mutualisation (5.1%, dont 2.7% en Basse-Normandie et 6.8% en Haute-Normandie)<sup>1</sup>.

Par rapport à cette hiérarchie, l'attente des PME est davantage tournée vers un accompagnement concret, du type de celui proposé de longue date par le CTN en Basse-Normandie, depuis 2001 par les Echangeurs, que vers des services sur Internet sur lequel se sont positionnées très tôt de grandes CCI haut-normandes comme celle du Havre, ainsi que, plus récemment (fin 2001), les CRCI des deux régions avec Drakkar on line, même si ce type d'initiative reçoit un bon accueil.

---

<sup>1</sup> La mutualisation n'est pas dans la culture des entreprises normandes. Cette proposition est systématiquement au dernier rang des attentes des entreprises interrogées. Seule une entreprise a financé son site en partenariat avec d'autres entreprises.

La hausse des débits constitue une attente importante des PME à l'égard de l'Etat et des collectivités locales, mais de manière et avec une acuité différente selon les régions. Cette préoccupation est logiquement plus présente en Basse-Normandie, dont plusieurs entreprises en milieu rural, une dans le Perche, l'autre à quelques kilomètres de Bayeux, m'ont fait part des problèmes que leur pose d'ores et déjà l'absence d'accès au haut débit, ne serait-ce qu'à l'ADSL. En pourcentages cumulés (Etat + collectivités locales), elles représentent 74% d'attentes exprimées en Basse-Normandie, 54% en Haute-Normandie. Cette dernière proportion est moindre, mais elle n'est pas négligeable et doit être resituée dans un contexte haut-normand où l'utilisation des NTIC concerne relativement moins d'entreprises dans les zones rurales, générant ainsi une moindre sensibilité à ce problème, qui n'est pas réglé pour autant : trois de mes interlocuteurs m'ont cité le cas d'une entreprise de la vallée de la Bresle travaillant avec Boeing, et à laquelle son donneur d'ordre avait donné un an pour accéder au haut débit, sous peine de perdre le marché.

Les PME des deux régions n'assignent pas à l'Etat et aux collectivités la même importance dans l'accès au haut débit. En Basse-Normandie, cette attente est au premier rang pour les deux types d'acteurs. Elle renvoie autant au rôle de l'Etat (37%), qu'à celui des collectivités (37%), qui sont donc identifiées, probablement du fait de leur action déjà un peu ancienne, comme des acteurs possibles dans ce domaine. En Haute-Normandie, la hiérarchisation est différente : cette attente arrive au premier rang pour les collectivités locales (30%), mais à des niveaux moins élevés qu'en Basse-Normandie, au quatrième rang pour l'Etat (24.3%). On peut interpréter ces résultats haut-normands comme l'expression d'une attente réelle à l'égard des collectivités, qu'elles doivent prendre en compte, et en même temps d'un moindre degré d'identification de ces mêmes collectivités comme des acteurs potentiels dans ce domaine, du fait de leur attentisme longtemps entretenu. D'un autre côté, cette attente moindre à l'égard des acteurs publics en général peut être comprise comme l'expression d'une plus grande assurance des entreprises haut-normandes, qui appartiennent à un territoire moins périphérique, à ce titre moins menacé que la Basse-Normandie pour laquelle tous les recours sont bons au titre des risques beaucoup plus forts de marginalisation du territoire.

Néanmoins, cette dernière interprétation doit être nuancée par le fait que les PME haut-normandes expriment plus fortement des attentes à l'égard des acteurs publics en terme d'accès à la concurrence. En pourcentages cumulés (Etat + collectivités locales), elles représentent seulement 23.3% d'attentes exprimées en Basse-Normandie, mais 44.6% en Haute-Normandie, où ce type d'attente arrive au troisième rang, tant pour l'Etat (25.2%, après

la sécurité des réseaux (37.9%) et la réglementation (28.2%)) que pour les collectivités (19.4%, après la hausse des débits et le financement (22.3%)). Le niveau d'usages différent des PME des deux régions, qui génère forcément des factures de télécommunications différentes, explique peut-être cette plus forte sensibilité des PME haut-normandes aux difficultés d'accès à la concurrence.

## **CONCLUSION : LES ENSEIGNEMENTS DE L'ENQUÊTE**

Au terme de cette analyse, trois enseignements majeurs semblent se dégager. D'une part, la vitesse temporelle de la diffusion des NTIC a été plus rapide en Basse-Normandie qu'en Haute-Normandie, ce qui explique une diffusion et une dispersion dans l'espace aujourd'hui plus grande dans la première région, d'un strict point de vue quantitatif. D'autre part, à ces diffusion et dispersion plus fortes ne répondent pas des degrés d'appropriation plus élevés, car une étude qualitative portant sur les usages donne cette fois-ci une prime à la Haute-Normandie. Enfin, à ces différenciations quantitatives et qualitatives de la diffusion des NTIC s'ajoutent, au minimum se juxtaposent des comportements d'entreprises différents entre les deux régions, en tout cas à la marge, les PME bas-normandes utilisant des dispositifs institutionnels, qui ont l'avantage d'exister, les PME haut-normandes restant dans une logique purement privée.

L'exemple bas-normand démontre qu'une dynamique territoriale peut contribuer positivement à la diffusion des NTIC à l'échelle d'un territoire dont la marginalisation est déjà bien amorcée, mais dont l'avantage majeur repose sur la qualité de la convention territoriale qui unit, même imparfaitement, les différents acteurs du développement, et détermine une réelle capacité d'adaptation et de modernisation, tant des institutions que du tissu économique. Elle n'est pas seule en jeu, car les entreprises bas-normandes n'évoluent pas en vase clos, mais elle joue un rôle non négligeable, même s'il est difficilement quantifiable : d'une part, l'aide directe des institutions a bien été identifiée dans les réponses des entreprises bas-normandes ; d'autre part, la lisibilité de cette politique est telle dans le discours institutionnel que les chefs d'entreprises y ont certainement été soumis, d'une manière ou d'une autre, et ainsi indirectement incités à « se connecter ».

L'impact d'une telle dynamique sur la diffusion est de quatre ordres.

Premièrement, elle accélère le processus dans le temps, en relayant efficacement à la fois la politique définie à l'échelon national et les effets de la diffusion réticulaire, comme l'a

montré la vive accélération de la diffusion des NTIC dans les PME bas-normandes en 1999, laquelle n'est pas sensible en Haute-Normandie.

Deuxièmement, elle permet de toucher un nombre d'entreprises important, grâce à l'effet de proximité d'une politique menée sur le terrain. Elle permet un net accroissement de l'efficacité quantitative des politiques définies à l'échelon national et européen, dont les effets sur le terrain ont besoin de relais.

Troisièmement, elle contribue à accroître la maturité des entreprises en matière de NTIC, dont le potentiel en vue d'une appropriation plus approfondie devient réel, car le terrain a été préparé et sensibilisé. Les acteurs institutionnels qui participent à cette politique jouent un rôle utile d'interface entre les entreprises et les SSII : les premières, qui ne connaissent souvent rien aux NTIC, hésitent souvent à s'adresser directement aux prestataires, dont la logique commerciale leur inspire parfois beaucoup de méfiance, ce qui constitue un frein à la diffusion, d'autant que les sommes en jeu sont souvent non négligeables. Accroître cette maturité dans une logique de service public ne peut que contribuer à lever ce type de frein, et en même temps favorise une certaine discipline chez les prestataires, qui peuvent moins compter sur l'ignorance des PME.

Quatrièmement, elle contribue à l'émergence d'une demande plus forte que si elle n'avait pas existé, encourage les acteurs publics à s'engager dans des politiques volontaristes en matière de réseau et donc permet d'accélérer la venue des opérateurs de télécommunication, *a priori* peu intéressés par ce type de territoire.

La combinaison de ces effets est favorable à l'échelle d'un territoire comme la Basse-Normandie, dont les entreprises n'ajoutent pas au handicap d'une certaine marginalisation territoriale un retard dans l'accès, même basique, à ces technologies, ce qui les priverait, et leur territoire avec elle, peut-être définitivement, d'une quelconque participation à l'économie d'archipel : en bref, elle permet aux entreprises d'accéder à un niveau d'appropriation quantitative des NTIC équivalent au niveau national, ce qui est somme toute déjà une belle performance pour un territoire comme la Basse-Normandie. Dans le même temps, elle justifie les efforts des collectivités territoriales en matière d'aménagement numérique du territoire, à l'échelle des départements comme des zones d'activité, puisque, même dans les zones d'emploi plutôt rurales, une demande émerge, y laissant subsister au moins un espoir de ne pas être totalement et définitivement dévitalisées et marginalisées. En ce sens, on peut considérer qu'une dynamique territoriale de diffusion des NTIC engendre bien un effet de milieu dans la diffusion des NTIC, et qu'elle limite les effets de la hiérarchie.



Néanmoins, cet impact, en Basse-Normandie, reste essentiellement quantitatif, et n'est pas en mesure de remettre fondamentalement en cause la prégnance de l'effet de hiérarchie : la dynamique territoriale bas-normande n'a pas permis aux PME d'accéder à un degré d'appropriation très élevé, puisque les usages des NTIC y restent assez basiques, plus en tout cas que ceux des PME haut-normandes qui, pour n'avoir pas bénéficié d'une telle dynamique, sont peut-être moins présentes sur Internet, mais l'utilisent à meilleur escient et l'ont davantage intégré dans leurs pratiques et surtout leur organisation.

Les limites de la dynamique territoriale bas-normande doivent certainement être recherchées du côté de l'approche qui a prévalu dans la définition de la politique de diffusion. Celle-ci se veut d'abord une politique de sensibilisation, dans une logique de service public, et les moyens dont elles disposent manquent certainement du professionnalisme d'un prestataire de services de bon niveau. L'approche organisationnelle et stratégique, notamment par les systèmes d'information des entreprises, n'a pas été au centre de cette démarche, comme en témoigne le fait que les procédures ATOUT ne sont pas davantage utilisées en Basse-Normandie qu'en Haute-Normandie. De plus, dans cette région périphérique, peu exportatrice et peu ouverte sur l'extérieur, elle n'a pas été suffisamment relayée par une diffusion de type réticulaire, via les réseaux marchands des entreprises.

Dans un tel contexte, les efforts des collectivités territoriales pour connecter leur territoire aux grands réseaux techniques sont certes louables, mais risquent de se heurter rapidement à une demande décidément trop faible, qui plombera la rentabilité de ces investissements et fera, à plus ou moins court terme, fuir les opérateurs attirés au prix d'efforts pourtant importants. Ainsi, la dynamique territoriale bas-normande demande certainement à être approfondie, davantage tournée vers une approche organisationnelle et stratégique de l'usage des NTIC. On peut espérer que la montée en puissance de l'action de la Chambre régionale de Commerce et d'Industrie, une implication peut-être plus grande des organismes consulaires locaux, qui se sont peut-être un peu trop contentés du dispositif monté par le CTN et ne lui ont pas suffisamment imprimé une approche par l'organisation marchande des PME, les efforts en cours à l'Echangeur d'Alençon pourront modifier quelque peu cette donne.

En Haute-Normandie, où la diffusion des NTIC se fait davantage selon une logique réticulaire et donc marchande, par les réseaux d'entreprises, les usages des NTIC témoignent d'une appropriation plus profonde, d'un strict point de vue qualitatif, puisqu'ils sont plus sophistiqués et mettent davantage à profit les potentialités des NTIC en matière de

changement organisationnel. Néanmoins, les qualités de ce mode de diffusion sont aussi ses limites, lesquelles se révèlent avec d'autant plus de clarté que, dans cette région, ce mode de diffusion, pourtant efficace, n'est pas relayé par une dynamique territoriale. Ces limites ne sont pas négligeables : d'une part, la vitesse de diffusion est ralentie, d'autre part et surtout, les entreprises qui n'appartiennent pas, ou uniquement de façon marginale, à des réseaux de ce type, ne sont pas ou moins concernées par la diffusion. En fait, la diffusion des NTIC par les réseaux d'entreprises répond à la fois à un processus de type hiérarchique et à un processus de type anisotropique, puisque le réseau ignore tout ce qui ne participe pas de sa logique.

L'absence de dynamique territoriale en Haute-Normandie a trois implications importantes. D'une part, de nombreuses entreprises sont plus ou moins exclues du processus de diffusion et continuent, en 2002, à ne pas se sentir concernées et sont comme confortées dans leurs réticences : le milieu, ici peu enclin à la modernisation et dont la capacité d'adaptation reste faible, joue un rôle de frein, en tout cas pour ces entreprises. De ce fait, la Haute-Normandie ne peut prétendre à des niveaux, au moins quantitatifs, d'appropriation des NTIC plus élevés que la Basse-Normandie, alors que cela devrait être le cas. Ceci contribue aussi à limiter le niveau de la demande et l'intérêt de la région aux yeux des opérateurs. D'autre part, du point de vue de l'aménagement du territoire, une bonne partie de ces entreprises exclues du processus de diffusion se trouvant en zone rurale, le risque de marginalisation de ces zones est encore amplifié, alors que les zones rurales bas-normandes ont peut-être encore une chance de n'être pas totalement « out » : non seulement aucune demande n'y émerge car elle n'est pas suscitée par les acteurs du développement économique, mais en plus, rien n'est entrepris par les collectivités territoriales pour articuler ces zones aux grands réseaux de télécommunications. Ainsi, la marginalisation par les réseaux est double puisqu'elle est à la fois individuelle – au niveau de l'entreprise - et spatiale du fait de l'exclusion de vastes parties du territoire du processus en cours.

Les politiques territoriales jouent-elles un rôle dans la diffusion des NTIC ? Peuvent-elles remettre en cause la prégnance de la hiérarchie et des logiques extraterritoriales de réseaux qui favorisent les territoires les plus ouverts et les mieux intégrés ? A la lecture de l'enquête menée en Haute- et Basse-Normandie, riche d'enseignements, la réponse à ces questions ne peut être que nuancée : en bref, une réponse de Normand !!!