

RAPPORT INTRODUCTIF AU THÈME 3

Jean VARLET, Université de Clermont-Ferrand

UTILISATEURS ET UTILISATION

Les scientifiques (géographes et cartographes) oeuvrent puis vendent. Et ensuite ?...

Notre souhait de départ était d'obtenir le point de vue des utilisateurs. Qui sont-ils ? Qu'en font-ils ? Qu'en pensent-ils ?

La démarche était trop ambitieuse, trop difficile, car qui utilise ? Qui peut être représentatif d'une population d'utilisateurs ? Il aurait fallu une enquête. D'où un échec certain de ce colloque.

Cela dit, les acteurs de ce colloque ont presque tous abordés la question de près ou de loin, sans qu'aucun n'ait traité le sujet. Aussi grâce à eux une approche du problème est possible en abordant successivement trois sujets : les utilisateurs, l'utilisation, les thèmes de réflexion.

1 - CLIENTS ET UTILISATEURS : DEUX ACTEURS DIFFÉRENTS

A - LES CLIENTS

En Pologne, les services administratifs de l'État sont les clients principaux.

En France, la clientèle est plus variée.

Le nombre d'atlas vendus varie selon la version : - un petit nombre pour l'atlas ancienne formule : Centre : 1121 planches vendues de 1979 à 1990 et 202 atlas complets (J.P. Bord) ; Picardie : 1200 distributions gratuites et 378 ventes (E. et J. Désiré) et - un grand nombre pour les atlas plus récents : Picardie-atlas : 4000 distributions gratuites et 1940 ventes ; Atlas de Bretagne : 5000 ventes (P. Y. Le Rhun) ; «Haute-Loire - Cartes sur table» : 2600 ventes en un an (C. Granier)

La nature de la clientèle est bien cernée en Picardie et dans la région Centre. Les services administratifs de l'État, les élus, des établissements scolaires ont reçu gratuitement un exemplaire. Quant aux acheteurs, ils sont des particuliers, des libraires (mais en petit nombre), des maires, des bibliothèques, des établissements scolaires, des entreprises aussi, c'est à dire un «public éclairé» (J.F. Dupon). La clientèle est régionale (Picardie : 67% ; Centre : 75%) et fondamentalement urbaine (64% des ventes du Picardie-Atlas l'ont été dans six villes picardes seulement). Par ailleurs C. Granier et J. de Hédouville constatent que la vente dépend du sentiment d'appartenance régionale.

En outre, il convient de prendre garde qu'en terme de diffusion, la plupart des clients sont souvent aussi les commanditaires (Conseils Régionaux, Conseils Généraux, Comité d'Expansion Économique). Un seul exemple d'initiative privée est recensé ici.

B - LES UTILISATEURS

Les clients sont relativement bien connus à l'exception des acheteurs en librairie. Cela dit, le problème des utilisateurs n'est pas résolu. Dans la mesure où une

grande part des dons-ventes concerne des lieux publics à grand passage (bibliothèques, établissements d'enseignement,) on ne cerne pas bien les utilisateurs.

Qui sont-ils réellement ? Dans une bibliothèque ou dans une mairie, qui utilise réellement l'atlas régional ? Le maire, le secrétaire de mairie, ou le citoyen ? Le professeur, ou l'élève-étudiant ?... Aucune réponse exhaustive ni même partielle n'est fournie. D'où un manque essentiel dans notre connaissance.

2 - L'UTILISATION RÉELLE : UN CONSTAT AMER

A - LA NÉCESSAIRE LUCIDITÉ

A la lecture des communications, se dégage une impression générale de malaise dès lors que l'on se préoccupe de l'utilisation réelle des atlas régionaux.

Certes, nombre d'entre elles soulignent le succès commercial (notamment pour les éditions récentes plus maniables) et la satisfaction par rapport au produit fini : «satisfaction unanime, car le seul ouvrage scientifique de référence sur la région, comprenant une masse d'informations traitées, localisées, présentant un style graphique beau et expressif, un prix raisonnable» (E. et J. Désiré)... et le constat est fait d'une «utilisation régulière et avec satisfaction»... sans toutefois préciser laquelle.

1 - Une sous-utilisation

Quelques auteurs avouent clairement que l'atlas régional est sous-utilisé :

E. et J. Désiré poursuivent en indiquant que des critiques furent émises : encombrement, traitement parfois complexe et présentation parfois austère, font que l'ouvrage paraît «si impressionnant... qu'on hésite parfois à l'utiliser».

C. Granier et J. de Hédouville évoquent aussi le souvenir d'un monumental Atlas de Côte d'Ivoire resté dans les oubliettes.

J. P. Angrand n'hésite pas à exprimer nettement la vérité : «L'atlas régional classique ne sert pas à grand chose, sauf au prestige».

D'autres auteurs vont dans le même sens de la sous-utilisation, par les sous-entendus contenus dans leurs propos : «les demandeurs ne sont pas intéressés au plus haut niveau du contenu de l'atlas malgré les sollicitations ponctuelles d'utilisateurs potentiels» (J. F. Dupon)

P. Quodverte insiste sur «l'efficacité réelle du SIG auprès de nombreux utilisateurs» et précise que «le SIG devient non seulement un outil de recherche, mais aussi un outil de production de cartes utiles aux décideurs»... mettant ainsi indirectement en doute l'utilité des atlas régionaux classiques.

E. et J. Désiré sont aussi quelque peu amers devant l'attitude des autorités : «élus et responsables régionaux n'ont acquis qu'une compréhension bien insuffisante de l'importance de l'outil cartographique; ils n'uti-

lisent dans leur mission que fort insuffisamment les deux atlas de Picardie, n'en n'ont quasiment pas assuré la promotion, semblant estimer leur devoir accompli et achevé dès le vote des crédits de soutien à ces opérations».

Pour M. Béguin, il est «difficile d'imaginer à l'heure actuelle, une réalisation qui resterait dans les tiroirs parce qu'elle n'a été conçue que comme un exercice d'école ou de recherche».

Enfin D. Rapetti pose la question : «L'erreur n'est-elle pas de proposer trop souvent un seul produit ? N'avoue-t-elle pas implicitement une certaine forme d'échec de l'entreprise ?

Propos qui interrogent et inquiètent, mais semble-t-il, propos réalistes. Certes, rien n'est quantifié, mais la diversité des horizons des auteurs oblige à cette lucidité nécessaire : l'utilisation réelle d'un atlas régional semble être minime, et parfois il n'y a pas d'utilisation. Ces constats ont d'ailleurs amené à une nouvelle conception d'atlas régionaux.

2- Une utilisation sélective

Curieusement parfois une seule carte intéresse l'utilisateur. J. P. Bord signale le cas de la carte des diocèses dans la diffusion de l'Atlas de la Région Centre, laquelle carte avait «une clientèle presque essentiellement formée de municipalités intéressées par cette seule planche recouvrant leur territoire».

Plus généralement, et nombre d'auteurs le signalent, sont surtout utilisées, voire exclusivement utilisées, les cartes simples : simples du point de vue cartographique, cartes univariées (traitements statistiques simples) ; simples du point de vue du contenu : cartes thématiques spécialisées, considérées comme les outils les plus efficaces (J. P. Angrand).

Est donc posé le problème de la carte complexe (rejetée), qui est en fait un double problème : -un problème de *visualisation*, de traitement graphique, qui renvoie à la place de la Graphique dans la réalisation des atlas régionaux. -un problème de *simplification* du contenu ; les cartes de synthèses scientifiques ont-elles une utilité auprès des utilisateurs ?

Cela dit quelles cartes servent ? Et qu'apporte la carte dans les décisions des politiques et des aménageurs?... Aucune réponse n'est donnée.

B - LA CAUSE : UNE OFFRE INADAPTÉE.

- Un produit dévalorisé par lui-même.
- Un problème d'accès à l'atlas, l'encombrement : formats beaucoup trop grands, poids excessif, d'une maniabilité difficile, et l'impossibilité de le transporter, ce qui en fait un atlas de rayonnage, pour lequel il faut se déplacer et parcourir plusieurs kilomètres pour le consulter.
- Un prix élevé, d'où un public restreint.
- Des délais de réalisation dissuasifs pour les commanditaires : 5 à 10 ans de réalisation sont responsables de la publication d'un produit quasi-périmé. («cartes déjà obsolètes avant l'impression», dit G. Krier)
- Incrovable est le cas de l'Atlas de la voïevodie de Lublin qui a connu quatre conceptions différentes depuis 1950, par suite de modifications dans les découpages administratifs à la veille de la parution.
- Présentation même de l'atlas : Faut-il un livre relié ? Un livre à feuilles détachables ? Des planches vendues séparément ?

- Un manque de clarté dans les objectifs.

Il convient de bien faire la différence entre l'utilité souhaitée et l'utilisation réelle. Or il y a décalage entre les deux.

- Pour les commanditaires, qui sont la plupart du temps des organismes administratifs ou politiques, trois objectifs essentiels sont visés : -Favoriser la prise de conscience de la région (G. Pallier: «les Limousins qu'il faut sensibiliser à l'identité de leur région»). -Promouvoir l'idée de région, ce qui a aidé à l'affirmation de l'entité régionale. -Disposer d'une image de marque et de prestige, d'une carte de visite.

- Fournir un état des lieux, un aperçu du développement.

L'atlas est donc bien un instrument politique.

- Pour les réalisateurs (cartographes, géographes), l'objectif le plus fréquemment évoqué et souhaité, est que l'atlas peut et doit être un outil au service des décideurs. Mais il s'agit d'espoirs d'utilisation.

- De la même manière, avec l'essor à venir des SIG, les réalisateurs sont enthousiastes en dressant l'inventaire des potentialités des SIG. Selon P. Quodverte, le SIG peut tout faire, c'est l'instrument le plus complexe, le plus évolué, qui offrira un grand nombre de possibilités dans la production de tous les types de cartes, les lieux d'utilisation (connexion en réseau, micro-ordinateurs portatifs, bornes interactives dans la rue), et dans l'offre d'une démarche personnalisée (consultation et création).

Autrement dit, se profile à l'horizon une nouvelle offre, maximale. Mais à quelle utilisation va-t-elle correspondre ?

Signalons enfin le cas tout à fait original et novateur de Cartographie et Décision, entreprise privée qui a donné vie à un produit nouveau après avoir bien ciblé, à savoir présenter un atlas présentant toutes les facettes du Département («Haute-Loire/Cartes sur Table»), dans un temps limité (6 à 9 mois), de format standard, d'un coût limité (autofinancement par des annonceurs publicitaires) et d'une durée de vie de 5 ans.

3 - LE PROBLÈME CENTRAL : L'ADÉQUATION ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE ; TROIS THÈMES DE RÉFLEXION

Des constats relatifs aux utilisateurs et à l'utilisation surgissent trois thèmes de réflexion.

A- FAUT-IL DES ATLAS RÉGIONAUX SPÉCIFIQUES ?

Pour D. Rapetti, "l'on conçoit aisément qu'un même document ne peut satisfaire le grand public, le journaliste (...), l'enseignant, le professionnel, les décideurs". M. Béguin pense qu'il est «impératif, avant d'entreprendre la confection d'un atlas, de cibler les acheteurs potentiels».

-Autrement dit, peut-on, doit-on, faut-il concevoir plusieurs versions cartographiques, plus ou moins détaillées, plus ou moins complexes ? C'est à dire, un atlas scientifique (= universitaire), un atlas didactique, un atlas d'aménageur-décideur. Si oui, qu'est-ce qu'un atlas scientifique ? qu'est-ce qu'un atlas didactique ? qu'est-ce qu'un atlas d'aménageur-décideur ?

Quant aux contenus et à la visualisation, y-a-t-il une cartographie scientifique ? une cartographie didactique ? une cartographie pour décideurs ? Si oui, lesquelles ?

B- DE L'EXISTENCE MÊME DE LA NOTION D'ATLAS RÉGIONAL

À travers l'utilisation des atlas régionaux et leur évolution actuelle, trois faits essentiels se dégagent :

- Une utilisation prépondérante des *cartes simples*.
- La volonté actuelle de produire des *atlas régionaux plus efficaces*. « Pour les décideurs et les financiers, les besoins ne se situent plus dans une longue réalisation de cartes « universitaires » conçues pour l'éternité, mais plutôt dans la sortie rapide de documents cartographiques de travail, simples, réalisables et réactualisables très vite, à la demande ». (J. et E. Désiré)

De la même manière, G. Krier enregistre un changement essentiel à partir de 1983 dans les Bouches-du-Rhône, ou un Conseiller Général ayant vécu l'expérience des Atlas Régionaux en tire les leçons et souhaite présenter le département par une série de cartes, par un atlas petit format, en plusieurs fascicules thématiques, de façon à répondre facilement à la demande, en étalant le financement sur plusieurs exercices budgétaires.

Cartographie et Décision publie des atlas démographiques départementaux, réalisés en 6 à 9 mois.

Il semble alors que le grand Atlas Régional est révolu.
- L'avenir promet *une offre de cartes sans précédent* grâce aux SIG.

En mettant à disposition en de nombreux lieux (bureau, domicile, rue...) des données cartographiques et des cartes (...mais des cartes sans commentaires, sans explication sur les procédés de construction), il est nécessaire de réfléchir sur la formation de l'utilisateur.

La généralisation future des SIG pose un problème. E. et J. Désiré le mettent bien en évidence en affirmant que « le risque est grand de voir la Région se doter elle-même d'un tel système, qu'elle fera servir par son propre personnel, élaborant les cartes dont pourront avoir besoin les élus, sans intervention des cartographes-géographes ».

L'Atlas Régional, livre unique, formant un tout, disparaît alors.

Cette offre omniprésente de cartes pose en outre un problème scientifique; elle n'est qu'une offre d'images; que devient alors l'interprétation ? et par qui est-elle faite ?

C - LA PLACE DE LA SCIENCE ET DU SCIENTIFIQUE DANS UN TEL CONTEXTE ? VERS UN APPAUVRISSEMENT DES ATLAS RÉGIONAUX ?

Une des idées dominantes, enfin, est l'orientation vers une simplification abusive, me semble-t-il, marquée par les deux tendances suivantes :

- La simplicité cartographique.

Excellente chose que la sobriété cartographique qui permet une bonne vision des phénomènes. Mais si la sobriété n'est due qu'à la seule exclusion des cartes complexes et à la limitation aux traitements statistiques simples (voire simplistes), n'y a-t-il pas alors appauvrissement ? Ne se limite-t-on pas à un aspect très réducteur de la cartographie ? Or la Graphique, grâce à ses traitements matriciels, permet tout à la fois de réaliser des études complexes et une carte sobre.

- La prépondérance écrasante des cartes à un caractère. (cartes simples, thématiques spécialisées)

L'évolution est nette. Des atlas régionaux à cartes complexes l'on glisse vers des atlas régionaux à cartes simples, rapides, à la demande. Est posé le problème de l'apport scientifique d'analyses ne se limitant pas à un seul caractère.

Là encore, ne va-t-on pas vers un aspect très réducteur de l'analyse spatiale, où manquent la globalité et les interrelations ?

Le constat de cette simplification abusive amène à des questions essentielles :

- Le scientifique doit-il être soumis au diktat du client et/ou utilisateur, et ne produire que ce que l'utilisateur souhaite ? N'a-t-il plus le droit de produire ses cartes spécifiques ?

- N'aura-t-il plus le droit de jouer son rôle dans la transmission du savoir savant, ce savoir savant ne pouvant, par définition, être connu de l'utilisateur avant le chercheur ?

- Le scientifique doit-il sans cesse s'abaisser au niveau du consommateur, ou n'a-t-il pas le devoir, et au moins la responsabilité, d'élever le niveau de ce même client ?

À propos du Cross-Channel Atlas, P. Buléon insiste sur la double responsabilité du scientifique : - Responsabilité civique : « saisir cette chance des demandes multiples et des Atlas Régionaux rénovés pour faire passer une réflexion cantonnée à la recherche fondamentale avec des intervenants qui sont demandeurs, mais dont la logique d'institution ne les conduit souvent qu'à raisonner de façon très sectorielle. - Responsabilité sociale aussi du chercheur de porter hors des cercles académiques la connaissance qui s'y construit et aussi d'en prévoir les effets, notamment en évitant la stigmatisation d'hommes et de femmes qui y vivent.

S'il faut nécessairement une adaptation de l'offre à la demande, n'oublions pas cependant que le demandeur ne sait pas tout, et que l'offrant peut aussi faire découvrir des notions simples et de la sorte faire progresser la connaissance. ■