

## **INFORMATION TO USERS**

This manuscript has been reproduced from the microfilm master. UMI films the text directly from the original or copy submitted. Thus, some thesis and dissertation copies are in typewriter face, while others may be from any type of computer printer.

**The quality of this reproduction is dependent upon the quality of the copy submitted.** Broken or indistinct print, colored or poor quality illustrations and photographs, print bleedthrough, substandard margins, and improper alignment can adversely affect reproduction.

In the unlikely event that the author did not send UMI a complete manuscript and there are missing pages, these will be noted. Also, if unauthorized copyright material had to be removed, a note will indicate the deletion.

Oversize materials (e.g., maps, drawings, charts) are reproduced by sectioning the original, beginning at the upper left-hand corner and continuing from left to right in equal sections with small overlaps.

Photographs included in the original manuscript have been reproduced xerographically in this copy. Higher quality 6" x 9" black and white photographic prints are available for any photographs or illustrations appearing in this copy for an additional charge. Contact UMI directly to order.

Bell & Howell Information and Learning  
300 North Zeeb Road, Ann Arbor, MI 48106-1346 USA  
800-521-0600

**UMI<sup>®</sup>**





Université d'Ottawa • University of Ottawa



---

# L'INTERNET @ DRUMMONDVILLE

---

THÈSE DÉPOSÉE À L'ÉCOLE DES ÉTUDES SUPÉRIEURES  
ET DE LA RECHERCHE EN VUE DE L'OBTENTION DE LA  
MAÎTRISE ÈS ARTS EN GÉOGRAPHIE

© CLAUDIA GAUTHIER

UNIVERSITÉ D'OTTAWA

Avril 1999



National Library  
of Canada

Acquisitions and  
Bibliographic Services

395 Wellington Street  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

Bibliothèque nationale  
du Canada

Acquisitions et  
services bibliographiques

395, rue Wellington  
Ottawa ON K1A 0N4  
Canada

*Your file Votre référence*

*Our file Notre référence*

The author has granted a non-exclusive licence allowing the National Library of Canada to reproduce, loan, distribute or sell copies of this thesis in microform, paper or electronic formats.

The author retains ownership of the copyright in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque nationale du Canada de reproduire, prêter, distribuer ou vendre des copies de cette thèse sous la forme de microfiche/film, de reproduction sur papier ou sur format électronique.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur qui protège cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

0-612-46572-1

**Canada**

## RÉSUMÉ

La présente recherche vise à cerner le rôle d'une nouvelle technologie de communication, Internet, dans le développement local. Sera-t-elle un support économique, communautaire et social, un outil d'autonomie, de regroupement ? Augmentera-t-elle l'écart entre les milieux dynamiques et apathiques ? Modifiera-t-elle les relations centres-périphéries, métropole-villes moyennes ? Internet aura-t-il un réel impact sur les méthodes de développement ? Stimulera-t-il l'intérêt des décideurs politiques, économiques, socio-communautaires et culturels ?

Tenter de répondre à ces questions, c'est vouloir approfondir certaines hypothèses déjà émises, tout en apportant de nouveaux éléments. C'est aussi explorer un nouvel outil de travail et de communication, Internet. Une exploration sans précédents concrets, sans critères d'évaluations établis, sans études et sans résultats comparables.

Deux méthodes ont été employées pour cerner l'appropriation et le déploiement d'Internet dans la ville moyenne de Drummondville : 1) une recension et une analyse des sites se rapportant à cette ville sur Internet; 2) des entretiens avec 17 intervenants du milieu qui utilisent et développent l'Internet. Ces méthodes, bien distinctes, ont permis de prendre le pouls du développement actuel d'Internet dans le milieu drummondvillois et de connaître les volontés futures en la matière.

Selon l'étude, 127 organisations drummondvilloises possèdent un site ou une page Web. Majoritairement utilisé comme outil publicitaire dans les organisations du domaine tertiaire, Internet accuse un retard dans le milieu manufacturier. L'accès populaire étant déficient, le

besoin d'établir un contenu propre aux Drummondvillois(es) n'est pas une préoccupation dominante. On sent toutefois une volonté de profiter des atouts d'Internet qui figure dorénavant parmi les enjeux liés au développement. Cette volonté se traduit par des forums de discussion regroupant les divers intervenants du milieu et par l'implantation d'accès Internet dans les milieux sociaux et industriels.

L'étude ne permet pas d'établir avec certitude les impacts de l'arrivée d'Internet sur les méthodes de développement. Elle offre toutefois certains éléments de réponses et établit de nouvelles pistes de recherches. La contribution majeure de cette étude a été d'expérimenter une grille d'analyse des sites Internet, comprenant des critères d'observation précis. À partir de cette grille, des études subséquentes pourront être réalisées, des points de comparaison pourront être établis et des tendances pourront en être tirées.

De plus, cette étude a permis de faire prendre conscience des percées et des retombées d'Internet dans les milieux locaux, de même que de ses limites et ses lacunes. Internet ne connaît pas un développement uniforme au sein d'une communauté, il sera toujours un luxe pour certaines classes de la population. L'utopique société de l'information développée dans la littérature n'est qu'au stade embryonnaire dans la réalité. Il reste encore bien du terrain «virtuel» à conquérir.

## ABSTRACT

This research aims to define the role of a new communication technology, Internet, into the development of a locality. Will it be a tool for autonomy, gathering an, economic, community and social support? Will it increase the gap between the dynamic environment and the apathetic? Will it change the center periphery relations, the metropolis- intermediate city relations? Will Internet have a real impact on the development methods? Will it stimulate the interest of the political, economical, community and cultural leaders?

Answering these questions brings us into thoroughly expressed hypothesis while adding new elements. Trying to understand Internet is also exploring new working and communication tools. It is an exploration without any concrete precedent, without studies and without comparable results.

Two methods have been used to define the appropriation and the deployment of Internet in the intermediate city of Drummondville: 1) making an inventory of Internet sites related to the city and analysing them. 2) meeting with 17 city contributors which use and develop the Internet. Those two distinct methods allowed to highlight the actual development of Internet in Drummondville and to learn about the future development.

According to this research, 127 organisations of Drummondville have a Website or a Webpage. Most organisations use it as marketing tool for the tertiary sector. However, the Internet shows some deficiencies in the secondary sector. Public access a high priority being deficient, the need to establish a specific content for Drummondville residents is not a high priority. However, we feel the willingness to take advantage of Internet features, which are

now closely tied to development. Those intentions are shown through discussions between several contributors and the introduction of Internet into social and industrial environments.

The research does not establish with assurance the impacts of the introduction of Internet on development methods. It offers some elements of answers and establishes new avenues. The major contribution of this study is the o experiment a grid of analysis, some Internet sites, containing some criteria of precise observation. From this grid, subsequent studies will be conducted and some tendencies will be shown.

Furthermore, this research has allowed taking conscience of the breakthroughs and some fallout of the Internet in localities, as well as his gaps and limits. Internet does not go through an uniform development within a community, it will always be a luxury for some of its members. The utopian information society describe in the present literature is only in an embryonic stage in the reality. There it remains quite of a large virtual field to conquer.

## REMERCIEMENTS

Je désire remercier particulièrement ma directrice de thèse, Anne Gilbert, professeur agrégée du Département de géographie de l'Université d'Ottawa, pour ses nombreux encouragements, son aide, ses précieux conseils et sa grande patience tout au long de l'élaboration de cette étude.

Merci également aux nombreux Drummondvillois qui par le biais de leur organisation ont pris le temps de répondre à mes questions et sans qui cette étude n'aurait pu se réaliser.

La Bibliothèque de Drummondville  
 Le Cégep de Drummondville  
 La Chambre de Commerces  
 C/L Info-attraits  
 Le Collège Saint-Bernard  
 La Commission scolaire DesChênes  
 La Corporation de développement du Centre-ville  
 L'École Saint-Pie X  
 La Fondation La Poudrière  
 Infoteck Internet  
 Les Jeunes Entrepreneurs du Centre-du-Québec  
 La MRC Drummond  
 Multi-Liens  
 Le Service d'animation en développement local MRC Drummond  
 La Table de concertation éducation main d'œuvre  
 La Ville de Drummondville  
 Le 9e Bit

Je voudrais finalement remercier Pauline, Réjean, Pierrette, François, Pascal, Marie-Claude, Yanik, Annick, Johanne, Sonia, Isabelle, David, Marguerite, Sre Cécile et tous ceux et celles que j'aurais pu oublier pour leur support moral et technique, un gros Merci !

# TABLE DES MATIÈRES

<b>RÉSUMÉ</b> .....	<b>I</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>III</b>
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>V</b>
<b>CHAPITRE 1</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
1.1 <i>Objectif général</i> .....	<b>2</b>
1.2 <i>Problématique</i> .....	<b>2</b>
1.3 <i>Stratégie de recherche</i> .....	<b>5</b>
1.3.1 Recherche sur le Web.....	<b>5</b>
1.3.2 Entretiens avec des intervenants locaux .....	<b>6</b>
1.4 <i>Contenu de la thèse</i> .....	<b>7</b>
<b>CHAPITRE 2</b> .....	<b>9</b>
<b>CADRE THÉORIQUE</b> .....	<b>9</b>
2.1 <i>Le développement local</i> .....	<b>10</b>
2.1.1 Les milieux innovateurs .....	<b>11</b>
2.1.2 L'appropriation de l'information .....	<b>14</b>
2.1.3 Les acteurs des milieux innovateurs.....	<b>17</b>
2.2 <i>Les télécommunications</i> .....	<b>19</b>
2.2.1 L'autoroute de l'information .....	<b>20</b>
2.2.2 Internet .....	<b>20</b>
2.2.3 Le développement d'Internet .....	<b>24</b>
2.3 <i>Les attentes créées par l'autoroute de l'information</i> .....	<b>32</b>
2.3.1 Les attentes dans la sphère politique .....	<b>33</b>
2.3.2 Les attentes dans la sphère économique .....	<b>34</b>
2.3.3 Les attentes dans la sphère sociale.....	<b>38</b>
2.3.4 Les attentes en matière de développement local.....	<b>40</b>
2.3.5 Attentes et réalité.....	<b>42</b>
<i>Conclusion</i> .....	<b>43</b>
<b>CHAPITRE 3</b> .....	<b>45</b>
<b>PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE</b> .....	<b>45</b>
3.1 <i>L'inventaire et l'analyse du contenu des sites Web</i> .....	<b>46</b>
3.1.1 Constitution de notre liste de sites.....	<b>47</b>
3.2 <i>La collecte et l'analyse des opinions du milieu</i> .....	<b>52</b>
3.2.1 L'échantillon.....	<b>52</b>
3.2.2 La grille d'entrevue.....	<b>54</b>
3.2.3 L'analyse des entretiens.....	<b>55</b>
<i>Conclusion</i> .....	<b>57</b>
<b>CHAPITRE 4</b> .....	<b>59</b>
<b>LIEU D'ÉTUDE : DRUMMONDVILLE, QUÉBEC</b> .....	<b>59</b>
4.1 <i>Localisation</i> .....	<b>59</b>
4.1.1 Position stratégique .....	<b>62</b>
4.2 <i>La vie économique et sociale</i> .....	<b>63</b>
4.2.1 Centre de services.....	<b>66</b>
4.2.2 Activités industrielles .....	<b>66</b>
4.2.3 Comparaison entre les villes intermétropolitaines.....	<b>67</b>
4.3 <i>L'envers de la médaille</i> .....	<b>69</b>
<i>Conclusion</i> .....	<b>71</b>

<b>CHAPITRE 5</b> .....	<b>72</b>
L'INTERNET DRUMMONDVILLOIS.....	72
5.1 <i>Le contenu du Web drummondvillois</i> .....	73
5.1.1 Le domaine de l'entreprise privée.....	73
5.1.2 Une présence plus marquée de certains secteurs d'activité.....	75
5.1.3 Une utilisation limitée.....	81
5.1.4 Le développement.....	83
5.1.5 En français presque exclusivement.....	84
5.1.6 Une porte vers le milieu.....	86
5.2 <i>Drummondville s'approprie-t-elle réellement Internet ?</i> .....	89
5.3 <i>Limites de l'analyse</i> .....	92
<b>CHAPITRE 6</b> .....	<b>94</b>
L'INTERNET TEL QUE PERÇU ET VÉCU.....	94
6.1 <i>Les Drummondvillois et Internet</i> .....	95
6.1.1 Former.....	96
6.1.2 Phénomène mal «publicisé».....	98
6.1.3 Démocratiser l'accès.....	98
6.1.4 Le rôle des leaders.....	99
6.2 <i>Internet dans les organisations drummondvilloises</i> .....	100
6.2.1 Les usages.....	101
6.2.2 Les avantages.....	105
6.2.3 Des avantages difficiles à percevoir.....	109
6.3 <i>La place de Drummondville sur le Web</i> .....	109
6.3.1 Manque d'unité.....	110
6.3.2 Internet inégal.....	112
6.4.1 Impacts difficiles à cerner.....	115
6.4.2 Internet : un atout.....	116
<i>Conclusion</i> .....	117
<b>CHAPITRE 7</b> .....	<b>119</b>
SYNTHÈSE.....	119
7.1 <i>Internet un nouvel élément géographique</i> .....	120
7.2 <i>Une ville moyenne sur le Web</i> .....	122
7.2.1 Les usages.....	123
LA PUBLICITÉ.....	123
7.2.2 LA Nécessité d'être présent.....	125
7.3 <i>Les effets d'Internet sur le développement local</i> .....	125
7.3.1 Échanges et Discussion.....	126
7.3.2 concertation AUTOUR D'INTERNET.....	127
7.3.3 Un développement virtuel utopique.....	130
7.4 <i>CONCLUSION</i> .....	131
7.4.1 Entre la théorie et la pratique.....	131
7.4.2 Limites de notre étude.....	133
Un reflet des possibilités.....	133
<b>RÉFÉRENCES</b> .....	<b>135</b>
<b>ANNEXE 1</b> .....	<b>IX</b>
GRILLE D'ANALYSE DES SITES WEB.....	IX
<b>ANNEXE 2</b> .....	<b>XI</b>
GLOSSAIRE.....	XI
<b>ANNEXE 3</b> .....	<b>XII</b>
GRILLE D'ENTREVUE (ENTREPRENEUR S'AFFICHANT SUR LE NET).....	XII

<b>ANNEXE 4</b> .....	<b>XIV</b>
GRILLE D'ENTREVUE (FOURNISSEUR DE SERVICES ET/OU DE SERVEURS).....	XIV
<b>ANNEXE 5</b> .....	<b>XVI</b>
LISTE DES ORGANISATIONS RENCONTRÉES LORS DES ENTRETIENS .....	XVI
<b>ANNEXE 6</b> .....	<b>XIX</b>
LISTE DES SITES WEB ANALYSÉS .....	XIX

## LISTE DES CARTES

CARTE 1 : LOCALISATION DE DRUMMONDVILLE ET AGGLOMÉRATION .....	61
CARTE 2 : MUNICIPALITÉS COMPOSANT LA MRC DRUMMOND .....	65

## LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : RÉPARTITION DES SITES SELON LE TYPE D'ORGANISATION .....	74
FIGURE 2 : LE SITE WEB DE TOYOTA DRUMMOND .....	80
FIGURE 3 : LE SITE WEB DE LA VILLE DE DRUMMONDVILLE.....	81
FIGURE 4 : LES SITES SELON LA LANGUE UTILISÉE .....	85
FIGURE 5 : LE SITE WEB DU FESTIVAL MONDIAL DE FOLKLORE DU DRUMMONDVILLE ....	86
FIGURE 6 : LES SITES SELON LEURS POSSIBILITÉS D'INTERACTION.....	87
FIGURE 7 : RÉPARTITION DES SITES SELON LEURS LIENS .....	89
FIGURE 8 : LA GÉOGRAPHIE DES HYPERLIENS .....	89
FIGURE 9 : LE SITE WEB DU 9E BIT .....	105
FIGURE 10 : LE SITE WEB DU RÉSEAU D'ÉCHANGE DRUMMOND.....	129

## LISTE DES TABLEAUX

<b>TABEAU 1 : LES SECTEURS ÉCONOMIQUES DE DRUMMONDVILLE ET DES VILLES INTERMÉTROPOLITAINES. ....</b>	<b>67</b>
<b>TABEAU 2 : RÉPARTITION DES SITES SELON LEUR SECTEUR D'ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES .....</b>	<b>76</b>
<b>TABEAU 3 : RÉPARTITION DES SITES SELON LEUR NOMBRE DE PAGES ET LEUR DÉVELOPPEMENT.....</b>	<b>84</b>

# CHAPITRE 1

## INTRODUCTION

La plupart d'entre nous sommes capables de nous repérer dans une ville en suivant une carte routière. Notre mémoire nous sert d'outil de navigation en faisant ressortir des points précis, des noms de rues, des édifices qui éveillent en nous des souvenirs et nous permettent de nous localiser. Nous pensons bien connaître une ville parce que nous y avons grandi, étudié ou travaillé. Nous avons développé notre carte mentale selon nos itinéraires en suivant des chemins bordés de signes visuels.

Tous ces points de repères semblent bien futiles lorsque nous naviguons sur les sites Internet de cette même ville. Aujourd'hui, avec l'arrivée du multimédia et de l'autoroute de l'information notre façon de sillonner une ville s'est modifiée. Nous ne pouvons plus développer une carte mentale avec des axes précis qui joignent le point A vers le point B. Notre façon de nous représenter l'espace parcouru diffère, nous ne percevons plus nos déplacements. Du bout des doigts nous passons de l'hôtel de ville au fournisseur d'équipement d'informatique, au club de golf, etc.

Internet modifie notre perception de l'espace. Notre façon de nous représenter un lieu, un territoire, ce qui était pour nous concret et délimité par des frontières physiques et humaines est devenu abstrait dans l'univers virtuel d'Internet. Ce nouvel environnement intrigue les chercheurs de plusieurs disciplines. On s'interroge sur les transformations qu'il peut apporter en terme d'interactions sociales et sur ses effets sur le territoire.

---

### 1.1 OBJECTIF GÉNÉRAL

---

CETTE ÉTUDE A POUR OBJECTIF DE PRÉSENTER UN PORTRAIT DU DÉVELOPPEMENT DU WEB DANS UN MILIEU LOCAL. Elle vise à cerner les façons dont les organisations d'une ville moyenne du Québec, Drummondville, s'approprient Internet et les usages qu'elles en font. On s'intéresse aux perceptions qu'ont les dirigeants politiques, économiques, communautaires et culturels locaux de ce nouveau médium et aux espoirs qu'il fonde quant à ses capacités de soutenir le développement local. La place occupée par Internet dans les stratégies de développement des organisations drummondvilloises est une de nos préoccupations majeures.

Ce portrait s'inscrit dans une réflexion plus large sur les effets possibles de l'Internet sur le développement local. Notre étude vise à fournir des jalons pour mieux appréhender comment l'implantation rapide de l'inforoute modifiera les relations de la société à son espace. Nous ne prétendons pas apporter de réponses définitives à la difficile question des effets socio-spatiaux à venir de l'Internet, nous espérons néanmoins contribuer à partir du cas drummondvillois au débat en cours.

---

### 1.2 PROBLÉMATIQUE

---

Internet fournit un outil, qualifié de révolutionnaire, pour échanger, diffuser et rechercher des informations, sans limite de temps et d'espace. Il multiplie les possibilités d'interactions à distance, si bien qu'on voit en lui une clé du développement pour les régions et localités éloignées des centres et/ou souffrant d'un retard dans leur développement économique, social ou culturel (Lamarche, 1987; Kellerman, 1993; Rallet, 1993; Théry, 1994). Internet devient dans ce cas-ci un outil avantageant la communication entre les collectivités

éloignées et celles situées près des grands centres. Les échanges d'information favorisent ainsi l'émergence de nouveaux liens entre les collectivités.

Une littérature abondante a été produite quant aux effets possibles d'Internet dans les méthodes de travail, les habitudes de communication et de gestion des dirigeants d'organisations. Internet pourrait ainsi avoir des retombées importantes sur la quantité et la qualité des interactions tant à l'échelle locale qu'avec l'extérieur. Très peu d'études empiriques permettent de confirmer ou de réfuter ces hypothèses. Les argumentations sont toujours de nature théorique. Elles s'inspirent des effets qu'a eu la révolution des transports, dont le contexte est fort différent. Quelques initiatives ont été prises pour éclairer de façon empirique les effets socio-spatiaux d'Internet. Quelques études de cas ont notamment été menées sur des expériences françaises et québécoises; on peut citer celles sur Parthenay ville numérisée, sur les projets Hiéropolis en Outaouais et UBI au Saguenay-Lac-St-Jean<sup>1</sup>. À l'exception de l'étude en cours d'André Fortin (1998) il existe peu d'études empiriques, à notre connaissance, sur l'utilisation d'Internet dans le contexte du développement local. Cette thèse veut pallier cette lacune.

Dans le cadre de cette étude nous voulons vérifier jusqu'à quel point les acteurs du développement local utilisent Internet et plus spécifiquement le Web et les usages qu'ils prévoient en faire dans un avenir rapproché. Notre terrain d'étude est Drummondville, ville moyenne du centre-sud, qui a affiché un fort taux de croissance au cours des dernières années. Drummondville est comprise dans la zone intermétrropolitaine, c'est-à-dire qu'elle

---

<sup>1</sup> LEFEBVRE, Alain et TREMBLAY, Gaëtan. *Autoroutes de l'information et dynamique territoriales*. Actes de colloque franco-québécois. Québec/Le Mirail, Presses de l'Université du Québec, Presses Universitaires du Mirail, 1998, 346 p.

est située entre Montréal, Québec, Trois-Rivières et Sherbrooke. Les villes de cette zone possèdent une dualité de positionnement. Étant situées à proximité de grands centres elles jouissent des services et produits qui s'y trouvent et négligent leur propre développement. Par contre, cette proximité peut créer, dans certains milieux, une volonté de se distinguer des métropoles, entraînant ainsi la recherche de voies de développement autonome. Internet devrait y susciter un grand intérêt. Les deux principales questions qui guident notre étude sont les suivantes :

1) QUELLE PLACE OCCUPE UNE VILLE MOYENNE EN CROISSANCE SUR LE WEB ?

Quel visage se donne une ville, ses organisations, sa population sur le Web? Quels moyens utilise-t-elle pour développer son image sur ce nouveau médium? Il y a-t-il concertation au sein des organisations pour créer une vitrine commune ? Est-ce que le dynamisme de la ville transperce sur le Web ?

Drummondville se prête bien à cette étude, car elle connaît actuellement une forte croissance économique. De plus, cette ville intermétropolitaine possède un secteur communautaire dynamique. Les intervenants des différents milieux drummondvillois sont fiers de parler de leur ville et de son développement. Drummondville est au centre d'un réseau de petites villes et villages, ce qui lui confère le titre de capitale régionale. Nous élaborerons plus en profondeur sur les caractéristiques de Drummondville dans le chapitre 3.

## 2) QUE PEUT-ON EN DÉDUIRE DES EFFETS POSSIBLES D'INTERNET SUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL ?

Quel rôle joue ou pourrait jouer Internet dans le développement d'une localité, telle que Drummondville. Les retombées de l'utilisation d'Internet au sein d'une ville intermétropolitaine de taille X vont se traduire de quelles façons ? Est-ce que les organisations du milieu vont se servir d'Internet pour mousser le développement ? Internet va-t-il y modifier les interactions entre les organisations ?

L'étude du cas drummondvillois nous permet d'avancer certaines hypothèses quant aux effets possibles d'Internet sur le développement local. La façon dont les organisations drummondvilloises s'approprient et développent Internet fournira de bons indicateurs sur les effets possibles d'Internet.

Peu d'études ont été menées jusqu'à présent concernant les usages actuels de l'Internet. On ne sait pas jusqu'à quel point il est utilisé et à quelle fin. Beaucoup d'hypothèses ont été émises, quant aux effets de ces usages sur le dynamisme régional et urbain, mais peu ont été vérifiées. Grâce à cette étude nous voulons apporter notre contribution à cette réflexion.

---

### 1.3 STRATÉGIE DE RECHERCHE

---

#### 1.3.1 RECHERCHE SUR LE WEB

Pour mettre en lumière les usages d'Internet à Drummondville nous utilisons une stratégie de recherche en deux volets. Le premier consiste à répertorier tous les sites se trouvant sur le Web ayant un lien avec Drummondville. Nous avons obtenu ainsi une liste

de plus de 120 organisations ayant développé leur site Web. Par la suite, nous avons analysé chacun de ces sites selon une même grille. Cette grille s'articule autour de trois principaux points : les informations générales sur l'organisation productrice du site, la description de celui-ci et une appréciation globale de la valeur informative du site et de ses qualités graphiques. Parmi les éléments étudiés : les caractéristiques se rapportant au secteur d'activité de l'organisation d'où émane le site; les caractéristiques du développement du site, incluant le nombre de pages et la présence d'intraliens; le type de contenu offert, tant au plan informatif que sur celui de la langue et du support graphique; et la possibilité d'interactions en ligne entre l'organisation et les personnes visitant le site, ainsi que la présence de liens vers d'autres sites.

Nous avons pu ainsi établir le portrait statistique de la place de Drummondville au sein du Web. Ce portrait, également présenté sous forme de graphiques et de tableaux, nous donnera un aperçu global des tendances en matière de développement d'Internet à Drummondville. Nous pourrons, à partir de celui-ci, vérifier certains éléments d'hypothèse quant à ses effets possibles sur le développement local.

### 1.3.2 ENTRETIENS AVEC DES INTERVENANTS LOCAUX

Suite à l'élaboration du répertoire des sites drummondvillois, nous avons rencontré des acteurs du milieu qui utilisent Internet. Nous avons voulu nous entretenir avec des gens qui agissent à titre de fournisseurs d'équipement et de branchement Internet et des gens qui utilisent Internet comme outil de travail. Ces personnes sont des intervenants des milieux économiques, social et/ou communautaire drummondvillois.

Ces entretiens nous ont permis de mieux saisir la façon dont Internet est développé dans le milieu, ainsi que la perception que les gens s'en font. Nous avons aussi exploré à la faveur de ces entretiens, quel rôle on confère au Web et à l'Internet dans le développement des organisations locales. Nous avons pu ainsi tracer le portrait d'Internet tel que vécu à Drummondville. Nous reviendrons plus en détail sur notre méthodologie et ses limites au chapitre 3.

---

#### 1.4 CONTENU DE LA THÈSE

---

Nous présentons les résultats de notre recherche en cinq chapitres. En voici un bref aperçu.

Le CHAPITRE 2 présente le contexte théorique du travail. Ce chapitre se divise en trois sous-sections. La première porte sur les concepts de base en matière de développement régional et local. Comme deuxième point nous traitons des télécommunications et plus particulièrement de l'autoroute de l'information et d'Internet. Nous terminons avec les attentes que les chercheurs placent dans l'autoroute de l'information.

Dans le CHAPITRE 3, nous exposons les caractéristiques de notre lieu d'étude, Drummondville, et les justifications attachées à ce choix. De plus nous décrivons de façon détaillée les deux volets de notre stratégie de recherche qui sont : la recherche sur le Web et les entretiens avec des intervenants du milieu. Nous allons définir comment nous avons procédé pour recueillir et analyser nos informations recueillies sur le Web et auprès des intervenants d'organisations drummondvilloises.

Le CHAPITRE 4 dresse le portrait de Drummondville sur le Web. C'est ici que nous exposons les résultats de notre étude des sites et des pages Web. Nous décrivons les résultats de notre étude et traçons des parallèles avec les attentes véhiculées dans la littérature.

Le CHAPITRE 5 présente l'Internet tel que vécu à Drummondville dans les sphères administrative, économique et sociale. C'est dans ce chapitre que nous exposons les résultats de nos entretiens avec les intervenants des organisations drummondvilloises.

Le CHAPITRE 6 quant à lui est une synthèse des résultats observés à Drummondville. Il offre une réflexion sur la place que pourrait occuper Internet. Dans ce chapitre nous confrontons nos résultats aux prédictions souvent trop optimistes quant aux changements majeurs des conditions du développement local qu'entraînerait l'Internet.

## CHAPITRE 2

### CADRE THÉORIQUE

Depuis une trentaine d'année les médias électroniques ont complètement envahi nos vies. Le développement des multimédias a modifié nos méthodes de travail, de loisirs et de communication (Rens, 1993). Les multimédias permettent de traiter différents types de données, de sons et d'images sur un même poste de travail et en coordination avec d'autres postes (Harvey, 1995). À leur suite, l'autoroute de l'information s'est imposée comme étant une méthode de travail et de communication particulièrement efficace. Elle permet de dépasser certaines barrières du temps et de la distance si problématiques aux échanges et aux transactions. Internet a permis à l'autoroute de l'information de devenir le réseau des réseaux. (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Québec, 1995)

Les nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) suscitent énormément d'intérêt chez les chercheurs en sciences sociales et régionales. (Laramée, 1990, 1995; Lamarche, 1987; Kellerman, 1993; Rallet, 1993; Schmandt, 1991.) Ils tentent de mesurer et de comprendre leurs effets sur le territoire et sur sa population. Ils désirent saisir comment les télécommunications pourraient influencer le développement des régions (Laramée, 1990). Ils regardent les usages qui sont faits, ils évaluent en quoi ces usages sont porteurs de développement et confrontent les usages aux attentes exprimées. Ils examinent le rôle conféré aux télécommunications dans les stratégies de développement et observent leurs effets sur les partenariats et la concertation. Les chercheurs veulent ainsi faire ressortir les facettes du développement assisté par l'autoroute de l'information : quels sont les effets

sur les performances des entreprises et des organismes et quels sont les effets sur leur interaction et sur la mise en place de réseaux locaux, régionaux et inter-régionaux.

On ne peut nier le fait que le dynamisme et la croissance d'un milieu passent par le niveau d'information et de connaissance que possède la collectivité locale. Plus la population et les organisations sont au fait des percées technologiques, des possibilités offertes par de nouvelles façons de faire, etc, plus elles voudront appliquer celles-ci dans leur milieu. Ainsi, un milieu au sein duquel circule une imposante masse d'information aura tendance à être plus exigeant quant à son propre développement. Plus les gens sont informés, plus ils deviennent exigeants dans leurs revendications. La clé du développement d'un milieu local résiderait en la capacité de la collectivité à s'appropriier les informations et à les mettre en pratique. D'où l'importance qu'on prête au développement et de l'appropriation des usages de l'information au sein d'une collectivité. Le chapitre qui suit élabore sur les points de rencontre du développement local et l'information, plus particulièrement Internet. Nous allons mettre en relief les attentes engendrées par l'information en matière de développement.

---

## 2.1 LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

---

À l'heure actuelle, avec les nouvelles politiques gouvernementales de décentralisation vers les régions, la course au développement est un enjeu majeur pour les dirigeants locaux. Cet enjeu est devenu central suite à la forte diminution de l'aide provenant des paliers supérieurs de gouvernement. Les dirigeants locaux doivent concentrer leurs efforts sur la recherche d'investissements, afin d'insuffler à leur milieu un développement dynamique et durable.

Ainsi, les collectivités ne peuvent plus demeurer passives en attente d'un développement insufflé de l'extérieur. La capacité d'innover des membres de la collectivité favorisera son positionnement au sein des localités dynamiques et en croissance. Plus les actions émanant d'un milieu sont nombreuses, imaginatives et dynamiques, plus il sera apte à attirer de nouveaux investissements et ainsi accroître son développement.

### 2.1.1 LES MILIEUX INNOVATEURS

Ainsi, les chercheurs québécois les plus connus en matière de développement local soutiennent que les régions ne peuvent plus attendre, elles doivent s'autodévelopper si elles veulent parvenir à un épanouissement de leur population et de leurs organisations (Julien, 1997). Elles doivent tirer parti de leurs propres ressources et les mettre en valeur. Grâce à une concertation au sein de la population, des entreprises et des intervenants en matière de développement, une région augmente ses chances d'autodéveloppement (Proulx, 1992).

Les avis convergent, l'autodéveloppement des milieux innovateurs dépendrait de la mise en place de réseaux d'échange d'information à l'échelle locale. Il reposerait aussi sur une concertation entre les différents intervenants du milieu et sur le développement d'une culture technologique. De plus, selon Julien (1996), il est important d'y retrouver un processus d'apprentissage et d'innovation collective apte à stimuler le changement interne et externe au milieu.

### LE RÉSEAU D'ÉCHANGE D'INFORMATION

Au cœur des milieux innovateurs, les réseaux d'échange d'information jouent un rôle stratégique. De l'avis de plusieurs interprètes du développement local, l'échange

d'information au sein des entreprises et organismes d'une localité favoriserait un processus d'apprentissage collectif. Par les réseaux permettant le transfert d'information de marché ou hors marché, on voit apparaître de nouvelles idées quant aux différentes possibilités ou aux opportunités. Les réseaux favoriseraient ainsi la saisie de toutes sortes d'occasions d'affaires. *Lorsque l'information échangée est particulièrement abondante, elle permet d'accélérer l'innovation dans le milieu* (Julien, 1996, p.223).

De plus, les réseaux permettent aux organisations d'évaluer l'information de façon peu coûteuse. En effet, grâce à la confiance qui se crée entre les interlocuteurs et par la possibilité de contre-vérifier l'information auprès de plusieurs sources, les entrepreneurs et autres acteurs du milieu peuvent éviter les coûts liés à une contre-expertise. Autour du réseau se tisse un système de normes, qui permettent d'effectuer un tri et un certain contrôle collectif de l'information externe. Ainsi, il y a apparition d'une cohérence socio-économique dans la répartition des différentes tâches reliées au développement. Cette cohérence entraîne le développement d'une identité collective par le biais de divers rapprochements et ententes entre les organisations du territoire pour mieux conquérir les marchés extérieurs.

Par le biais des réseaux le milieu bénéficie du partage du savoir et du savoir-faire. C'est-à-dire que les échanges réguliers entre producteurs, chercheurs d'information technologique et utilisateurs permettent le renouvellement des pratiques techniques et stimulent la mise en place de nouvelles formes d'organisation interne et externe. *Ces échanges encouragent la complémentarité du savoir et l'innovation est ainsi diffusée parmi les entreprises* (Julien, 1996, p. 224).

Enfin, les réseaux permettent de joindre des centres de production et de transfert de l'information technologique de niveau national et international. Souvent ces centres sont

trop complexes ou plus ou moins accessibles directement aux organisations locales, dont les ressources sont limitées. La mise en commun des ressources par le biais d'un réseau favorise ainsi l'accès à ces centres (Julien, 1996).

#### UNE CONCERTATION AU SEIN DU MILIEU

Selon les experts, le développement local dépend étroitement de la concertation au sein du milieu. C'est par la concertation, qu'on s'entend sur les objectifs de développement à mettre en priorité, sur les actions à entreprendre, etc. La concertation permet de développer des stratégies communes auxquelles tous adhèrent. Elle suscite une convergence de l'action, sans laquelle le développement est souvent difficile.

La concertation entre les organisations aux expertises diverses leur permettrait d'échanger de l'information complexe, des outils de travail et des compétences. *Cette concertation entraîne différentes formes de partenariat horizontal et vertical et facilite ainsi les transactions sur le marché et hors marché* (Julien, 1996, p.224). Elle permet à un milieu de maximiser ses efforts de développement en s'appuyant sur l'ensemble de ses ressources tant humaines que financières. La concertation favorise l'échange d'information et de services entre les organisations; elle permet de faire plus avec ce qu'on a (Proulx, 1992). De plus, la concertation stimule les interventions de chacun des membres de la collectivité à l'ensemble du processus d'autodéveloppement.

Julien (1996) a noté que les milieux au sein desquels la concertation est forte engendrent un processus d'apprentissage et d'innovation collective stimulant le changement interne et externe. *Ce processus collectif est nécessaire pour l'innovation soutenue, puisqu'il a été démontré que cette*

*innovation se fait rarement seule* (Julien, 1996, p. 225). L'innovation découle, dans bien des cas, de la stimulation de l'environnement et des centres de recherche associés. C'est la collectivité qui insuffle le dynamisme au milieu, plus elle est regroupée et qu'il s'y produit des échanges, plus elle en retirera un bénéfice.

Bref, la dynamique du milieu dépend de la variété et de la qualité de ses ressources et de sa densité, mais aussi du temps. En effet, l'innovation a besoin de temps ou d'habitudes pour s'appuyer sur des coopérations stimulatrices. La dynamique tissée au sein d'une collectivité peut aider à compenser certaines faiblesses ou l'absence de certaines ressources par la qualité des autres ressources et par l'enthousiasme de certains acteurs (Julien, 1996). Il ne faut surtout pas négliger le rôle déterminant que joue l'information dans le déploiement d'une dynamique locale. L'échange d'information crée une synergie favorable au démarrage et au développement de réseaux et de concertation.

### 2.1.2 L'APPROPRIATION DE L'INFORMATION

Toujours selon la littérature sur le développement local, le dynamisme local est tributaire des ressources du milieu et de la façon dont les gens les exploitent. Il doit beaucoup à l'information qui est acheminée dans le milieu. L'information est une condition première de croissance économique et sociale pour un milieu. Plus y il a d'information venant de l'extérieur, plus le milieu s'enrichit de nouvelles connaissances technologiques, économiques, culturelles, etc. ce qui favorise son développement. De même, plus les informations circulent au sein du milieu, plus il y a d'échanges, plus la concertation et la consultation sont

efficaces. Les réseaux de communications apparaissent ici comme un déterminant essentiel de la capacité de développement d'un milieu. Plus les réseaux seront performants et bien positionnés, meilleure sera la transmission d'information au sein de la localité (Rallet, 1993).

#### RECYCLER LES RESSOURCES

Pour bien des localités, tant au Québec qu'ailleurs au pays, le développement passé repose sur l'exploitation d'une richesse naturelle et/ou sur une grande industrie. Les régions dynamiques ont su, avec le temps, diversifier leur économie en instaurant des services et des industries connexes à leurs activités économiques de base et en attirant des investissements dans d'autres domaines. D'après Bruneau (1989), c'est en remodelant leur secteur industriel traditionnel en fonction des nouvelles conditions des marchés et en lui associant d'autres activités que ces régions ont été en mesure de recycler leurs travailleurs par le biais d'une formation bien ciblée et de consolider leur économie.

Pour se faire, certaines municipalités n'hésitent pas à créer des centres de formation de main d'œuvre, des centres de recherches et des incubateurs industriels en partenariat avec les entreprises. C'est à ce niveau que nous voyons apparaître des coopérations entre le monde industriel, le milieu de l'enseignement et le secteur public, que ce soit dans le cadre de programmes de formation et/ou de recherche (Julien, 1997). L'accès à l'information devient important à ce stade, car pour pouvoir travailler avec les nouvelles technologies et au sein de la nouvelle économie les gens ont besoin de perfectionner leurs connaissances et leurs compétences.

La formation est le premier moyen de maintenir un haut niveau d'information dans le milieu. Les entrepreneurs et les politiciens le savent bien et c'est pourquoi ils investissent dans la création d'écoles spécialisées, de collèges et d'autres centres de formation. Plus la population est consciente des évolutions, connaît et maîtrise les nouvelles technologies, plus le milieu en retire des bénéfices. C'est un cercle vicieux : une population informée tient à l'amélioration de ses conditions de vie et connaît les moyens pour y parvenir; plus son milieu s'améliore, plus elle cherche à augmenter ses connaissances pour le développer encore davantage. Les entreprises profitent, elles aussi, d'un haut niveau de formation, car plus leurs employés sont formés, plus ils sont aptes à utiliser l'information et les outils nécessaires pour améliorer le rendement de l'entreprise.

#### L'ACQUISITION ET L'ÉCHANGE DES INFORMATIONS

À notre avis, inspiré par les propos de Julien (1996, 1997), les manières dont une région s'approprié l'information sont très révélatrices de son dynamisme. Les antennes de veille sont parmi les moyens qui permettent d'être à la fine pointe des technologies et ainsi demeurer concurrentiel. Les antennes de veille sont des centres de recherche d'information sur les tous derniers développements qui se font à travers le monde dans les domaines scientifiques et technologiques. On les retrouve souvent dans les collèges et les universités, qui offrent les ressources nécessaires pour identifier l'information pertinente et l'analyser de manière à répondre aux besoins des organisations locales. Grâce à elles, les entreprises qui y ont accès peuvent devancer ce qui se fait dans leur région et en faire bénéficier leur entourage.

Internet, d'autre part, serait une excellente porte vers les innovations qui se font dans le monde entier. En donnant accès à une multitude d'information à jour sur des sujets divers, il permet au milieu local de se maintenir à la fine point de l'information. C'est l'une des qualités majeures qui lui est attribuée et dont nous discuterons à la fin de ce chapitre.

### 2.1.3 LES ACTEURS DES MILIEUX INNOVATEURS

Pour profiter au maximum de toutes les possibilités du milieu local et instaurer du développement, il est important d'avoir dans le milieu des acteurs dynamiques. La littérature est unanime sur le fait que le développement d'une région repose en grande partie sur l'entrepreneuriat et le leadership de sa population. Un espace actif est un espace qui compte sur des entrepreneurs et au sein duquel se retrouvent des composantes internes créatrices et innovatrices. C'est un milieu qui n'attend pas passivement les innovations venant de l'extérieur (Proulx, 1992).

#### L'ENTREPRENEUR PRIVÉ

On retrouve deux types d'acteurs au sein d'un milieu innovateur (Julien, 1997) : les entrepreneurs privés, qui sont des dirigeants de PME et de grandes entreprises, et les entrepreneurs publics, qui siègent dans des organismes du milieu associatif, dans les corporations municipales et dans les autres institutions publiques et parapubliques. L'entrepreneur est le centre du développement, c'est grâce à lui qu'un milieu peut se développer et se distinguer sur les marchés.

Les capitaux sont généralement injectés dans un milieu via les entrepreneurs privés, qui créent ainsi un roulement de l'économie locale. Plus les entrepreneurs privés stimulent

l'économie en y exploitant les ressources du milieu, en y implantant de nouveaux projets, en créant des réseaux d'échanges d'expertises, en s'impliquant dans la vie communautaire, etc., plus ils sont innovateurs et actifs dans plusieurs réseaux d'échanges, plus une municipalité est dynamique.

Les milieux innovateurs sont ceux où les entrepreneurs privés ont su bâtir un réseau étroit de contacts. Une entreprise doit, en effet, créer des liens avec les autres entreprises de son milieu, pour pouvoir échanger des informations et des ressources humaines. La sociabilité entre les entrepreneurs d'une région favorise la création d'un espace de transaction permettant la filtration des informations. C'est autour de ce réseau d'échange que les entrepreneurs aménagent leur environnement.

#### L'ENTREPRENEUR PUBLIC

L'entrepreneur public quant à lui joue le rôle de chef d'orchestre au sein de sa localité. C'est lui qui coordonne les efforts de développement local et régional en instaurant des tables de concertation, des regroupements d'entreprises selon leur spécificité, des bureaux de placement de la main d'œuvre, etc. Il favorise l'union au sein de sa localité par le biais d'échanges de toute sorte.

D'après Julien (1997), les municipalités qui sont les plus dynamiques sont celles qui sont capables de stimuler les échanges d'information entre les différents acteurs du milieu, ce rôle joué par l'entrepreneur public. Le développement local ne reposerait pas seulement sur quelques acteurs, mais il s'appuierait sur un rassemblement de plusieurs d'entre eux autour des même objectifs. La volonté des entrepreneurs publics et leurs façons de la

communiquer est un atout considérable dans la création d'un esprit de développement collectif.

Ainsi, nous pourrions expliquer le développement plus rapide d'une région par rapport à une autre par les moyens qu'elle utilise pour s'appropriier et mettre en pratique les informations nécessaires au développement de ses ressources et par le haut taux d'entrepreneuriat et d'innovations que nous y retrouvons. De plus, il faut tenir compte des interactions et de la concertation entre les acteurs du milieu : plus les réseaux d'échanges d'information sont serrés et actifs, plus les possibilités d'affaires seraient nombreuses. Sans contredit, les télécommunications offrent la possibilité de solidifier ces réseaux d'échanges et d'augmenter le niveau d'intervention des acteurs en matière de développement.

---

## 2.2 LES TÉLÉCOMMUNICATIONS

---

Nous parlons de plus en plus des nouvelles technologies de l'information et de communication. Terme qui englobe tout un ensemble de technologies dont la qualité commune est de permettre la diffusion d'un plus grand nombre de données, plus rapidement en jumelant les outils informatiques et les réseaux de télécommunication traditionnels (Rens, 1993). Parmi les télécommunications modernes, celle qui semble causer le plus d'effet est l'autoroute de l'information. En effet, le déploiement de l'information s'opère sur plusieurs plans, aussi bien en milieu de travail, qu'à domicile et dans les lieux publics. La composante de l'autoroute de l'information la plus connue et la plus populaire actuellement est Internet. Pour la majorité des usagers de l'information, Internet est en quelque sorte l'utilisation ultime de cette nouvelle technologie.

### 2.2.1 L'AUTOROUTE DE L'INFORMATION

L'autoroute de l'information permet de relier, via les réseaux câblés et les fibres optiques, les foyers, les entreprises et les institutions. Grâce à elle, les échanges de données, de voix et d'images sont possibles en temps réel, tout en permettant l'interactivité (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Québec, 1995). Elle permet d'effectuer de la recherche et des échanges d'information à distance. De plus, l'inforoute permet d'emmagasiner des informations, des données et de les rendre accessibles à un vaste public.

Le vocable «autoroute de l'information» englobe toutes les infrastructures, c'est-à-dire l'ensemble des technologies et des services qui sont requis pour permettre la transmission de bases de données, d'images, de conversations, des fichiers multimédias et de tout autre signal électronique (Harvey, 1995). L'autoroute de l'information permet de relier tous les ordinateurs en un vaste réseau de communication et d'information.

### 2.2.2 INTERNET

L'autoroute de l'information la plus importante et la plus connue est Internet. Internet met en contact des millions de membres des quatre coins du globe. C'est par Internet que sont reliées les universités, les entreprises, les gouvernements et les particuliers (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Québec, 1995). Internet est un réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et privés, qui sont reliés par le protocole de communication TCP-IP et qui coopèrent dans le but d'offrir une interface unique à leurs utilisateurs (Office de la langue française, 1998). Une fois «branché» au réseau Internet par le biais de son ordinateur, un utilisateur peut avoir accès à une boîte de courrier électronique, à des engins de recherche mondiaux, à des informations

en direct, à des animations vidéos et sonores, à des lieux de bavardages en direct, il peut faire des achats partout dans le monde sans devoir se déplacer, etc. Il reçoit le monde à l'instant présent dans sa maison, à son lieu de travail et à tout autre point d'accès à Internet.

C'est présentement autour d'Internet que se font les publicités de mise en marché et de promotion de l'inforoute. *Internet préfigure ce que seront les autoroutes de l'information aux XXI<sup>e</sup> siècle. Les autoroutes de l'information nous promettent effectivement toute une série de services qui sont déjà totalement ou partiellement disponibles sur Internet* (Dufour, 1995, p.40). Grâce à Internet une entreprise ou un particulier peut avoir accès au monde entier du bout des doigts. Internet permet de passer du niveau local, régional et national au niveau mondial avec une facilité inconnue par le passé (Barcelo, 1994). Une multitude d'information de diverses natures sont véhiculées sur Internet. Il y a autant d'information qu'il y a d'internautes qui les rendent disponibles. L'inconvénient majeur de l'Internet actuel est le manque d'ordre dans le contenu. En effet, les informations sont répertoriées sous plusieurs vocables différents, et leur développement entraîne parfois l'internaute sur de mauvaises pistes et rend ses recherches infructueuses. Dans bien des cas les internautes développent une aversion face à Internet justement parce qu'ils y ont perdu beaucoup de temps.

#### POPULARITÉ GRANDISSANTE

Cet inconvénient n'empêche pas Internet d'accroître sa popularité. En effet, cette nouvelle conquête du monde, via l'ordinateur, a fait grimper le taux d'utilisation d'Internet de 26 % à Montréal et à Québec durant la seule année 1995-1996. Plusieurs facteurs permettent d'expliquer ce phénomène :

- 1) l'envahissement des ordinateurs dans les foyers,
- 2) un plus grand nombre de fournisseurs de services,
- 3) une augmentation des logiciels de navigation et du contenu francophone sur Internet,
- 4) une ouverture d'esprit dans la population et chez les entrepreneurs face à ce nouveau médium (Barcelo, 1996).

Les enquêtes les plus récentes du RISQ (Réseau interdisciplinaire scientifique québécois) datent de la fin de 1996. Elles dressent le portrait type de l'internaute québécois (RISQ, 1998). Selon l'enquête, l'internaute connaît l'Internet par le biais du Web et du courrier électronique. Les jeunes internautes de moins de 25 ans l'utilisent pour le service de «chat/IRC<sup>2</sup> ». Dans plus de 50 % des cas, les Québécois utilisent Internet à des fins personnelles. Par contre le taux d'utilisation d'Internet pour le travail ou pour les études serait en nombre croissant comparativement à l'enquête de mars 1996. On remarque moins de débutants que lors des enquêtes précédentes, les internautes ayant développé une expérience face aux usages reliés à Internet. Les habitudes d'utilisation sont plus établies, les néophytes et les curieux se sont éliminés d'eux-mêmes.

La population en général utilise le Web par loisir (90,5 %) et pour suivre l'actualité (63 %). L'usage du Web demeure une opportunité pour une certaine classe de la population qui y a accès à l'école ou au travail. Dans bien des cas l'apprentissage d'Internet se fait dans ces

---

<sup>2</sup> Chat/Internet-Relay-Chat : fonction d'Internet qui permet d'échanger textuellement dans le moment présent avec une personne et/ou un groupe peu importe sa localisation.

deux milieux. Ce n'est que par la suite que les gens font l'acquisition d'un ordinateur et d'une connexion à Internet. Selon une enquête du CEFRIO, en 1996 le taux d'informatisation des ménages était de 24 %. Il atteint aujourd'hui 40 % (Le Devoir, juin 1998).

Les 30 sites Web fréquentés par le plus grand nombre de participants sont tous nord-américains. Les outils de recherche et les sites d'information d'actualité font encore partie des sites les plus populaires parmi les répondants. Tout comme dans les enquêtes précédentes, on déplore la faiblesse de contenu francophone et axé sur la culture et les priorités des Québécois(es) (RISQ, 1998).

Pour les organisations, le grand avantage d'Internet est la possibilité d'échanger et de trouver de nouvelles informations en temps réel. Il n'existe plus de limites de temps entre Montréal, Vancouver, New York et Londres. Tout se fait sans tenir compte des distances et des fuseaux horaires (Langlois, 1995). Le Web offre de nouvelles opportunités aux organisations branchées, elles peuvent élargir leurs champs de recherche et être ainsi plus en mesure de comparer et d'adhérer aux meilleurs systèmes et technologies. Les organisations ne sont plus restreintes à un territoire donné, le faible coût d'exploitation du Web leur permet d'élargir leurs champs d'action en diminuant leurs frais de communications. Ainsi, il se crée des ouvertures dans les marchés internationaux, une organisation «branchée» sur le Web et située en région éloignée ayant accès aux même types d'information qu'une organisation située dans une métropole.

### 2.2.3 LE DÉVELOPPEMENT D'INTERNET

#### MONDIALEMENT

D'abord utilisée dans le domaine de la défense, l'autoroute de l'information a connu une croissance phénoménale au cours des dernières années dans les domaines de la communication, de l'éducation, des loisirs, etc. Toutes les sociétés industrielles sont touchées par ce développement et tentent de s'accaparer une part du marché industriel et technologique. Selon les États, les moyens d'interventions et les buts visés varient sensiblement. Nous nous sommes basés sur le contenu du texte de Marchipont, 1995, *Les nouveaux réseaux de l'information, enjeux et maîtrise de la société de l'information* pour établir les priorités des principaux États en ce domaine.

Les États-Unis ont ouvert la marche en fixant les composantes et les buts à atteindre, les autres nations tentant de s'ajuster aux percées technologiques américaines. Les dirigeants américains misent sur l'initiative et la participation de leurs entreprises en créant un climat financier favorable qui a pour but l'expansion de celles-ci. De nombreux investissements se font dans la recherche et le développement universitaire pour ainsi favoriser la création d'une synergie entre les industriels et les scientifiques. Ce partenariat pourrait accroître la production et les innovations dans le domaine des nouvelles technologies de communication. Le développement de l'inforoute et de ses composantes est un véritable enjeu pour les administrateurs américains et ils mettent tout en œuvre pour l'optimiser.

Du côté européen, le développement de l'autoroute de l'information se fait par le biais d'une législation visant l'implantation et le déploiement des infrastructures et des réseaux de communication. Les Européens tentent de mettre en place une société de l'information qui

leur est propre, en utilisant des techniques et des technologies issues de leurs propres entreprises et de leurs propres universités. Dans le Livre blanc de Delors (Delors, 1993) on souligne l'importance du développement de l'autoroute de l'information selon les particularités propres aux Européens. C'est pour protéger les intérêts européens que le pouvoir politique est omniprésent dans le déploiement de l'inforoute. Par contre, certains auteurs, comme Bangemann (Bangemann, 1993), croient que l'Union européenne devrait faire confiance aux mécanismes du libre marché et encourager la libéralisation du secteur des télécommunications afin d'accroître la compétitivité. Mais on ne tient toutefois pas à fragmenter une union européenne encore fragile c'est pourquoi on préconise un discours fédérateur (Vidal, 1998).

Les dirigeants et les industriels japonais tentent, pour leur part, de développer leurs propres structures tout en harmonisant leurs technologies avec le marché international. Contrairement à l'Europe, le développement japonais ne se fait pas en réaction au développement américain, mais plus en fonction de combler les besoins propres de sa population. Pour l'État japonais, les nouvelles technologies de communication vont s'intégrer par elles-mêmes dans les industries et les communautés, surtout si les populations sont bien formées. C'est pourquoi on vise à augmenter l'accessibilité à l'inforoute dans les milieux scolaires et communautaires.

Ainsi, l'appropriation et le développement de l'autoroute de l'information sont des enjeux de taille pour les sociétés actuelles. L'inforoute se développe selon les attentes et les volontés propres à chaque pays, mais elle est de plus en plus présente dans les discours des politiciens

et des industriels. Le Canada n'échappe pas à cette course sur les circuits mondiaux de l'inforoute.

#### AU CANADA

Le Canada est lui aussi entré dans la vague du développement de l'autoroute de l'information, car c'est pour lui une façon de demeurer compétitif sur les marchés internationaux. En 1995, le Comité canadien sur l'inforoute stipulait que le développement d'une autoroute virtuelle devait donner au Canada une économie basée sur la création, la diffusion et l'utilisation de l'information, une économie du futur (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Canada, 1995).

Grâce aux nouvelles technologies de communication, les périphéries du Canada seraient reliées plus rapidement au centre. Ainsi, les échanges interprovinciaux en seraient-ils améliorés. Ce sont surtout les régions aux extrémités du Canada, entre autres les provinces de l'Atlantique, qui ont débuté le bal du développement de l'autoroute de l'information. Ce fut pour elles une façon de demeurer compétitives avec le reste du Canada. On remarquait, il y a dix ans, que les technologies et les réseaux développés dans les quatre provinces de l'Atlantique étaient aussi importants que dans les provinces du centre, malgré leur faible statut socio-économique (Lesser et Hall, 1987).

Les recherches et le développement technologiques sont très présents dans la mise en place de l'inforoute canadienne. Le Canada est premier au monde quant à l'importance de son réseau d'infrastructures de télécommunications (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Canada, 1995). Le développement a dû se faire rapidement pour contrer la

concurrence et l'omniprésence américaines, et ce, sur un vaste territoire. L'utilisation de la fibre optique combinée aux innovations dans le domaine de la recherche a permis au Canada d'éviter «le bas côté» de l'inforoute (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Canada, 1995, Lesser et Hall, 1987, Rens, 1993).

Selon le Comité consultatif canadien sur l'autoroute de l'information (1995), le gouvernement canadien bénéficie de ces percées technologiques dans sa gestion et son rendement. Il n'a pas le choix de suivre l'évolution des technologies tout en la réglementant et en la finançant s'il veut demeurer compétitif au niveau mondial. De plus, le Comité maintient que la population canadienne est de plus en plus informée et sensibilisée à l'autoroute de l'information et à ses utilités et qu'elle a développé des attentes envers celle-ci.

En s'appuyant sur les recommandations du Comité consultatif, le gouvernement canadien vise à faire du Canada le pays le plus branché au monde d'ici l'an 2002. Selon lui, un Canada branché favorisera l'instauration d'une économie plus novatrice et concurrentielle. Les Canadiens seront ainsi en meilleure posture pour tirer parti des possibilités économiques et commerciales actuelles et nouvelles offertes par l'économie du savoir. De plus, le pays sera plus en mesure d'attirer les investissements étrangers et intérieurs. Le gouvernement veut que la population, les entreprises et les organismes canadiens aient facilement accès à une infrastructure du savoir à la fine pointe de la technologie.

Aujourd'hui, l'aménagement de l'inforoute relève principalement du secteur privé. Le gouvernement canadien s'applique toutefois à créer un contexte favorable en mettant en

œuvre un programme en matière de connectivité<sup>3</sup>. Ce programme s'articule autour de six points :

- *Le Canada en ligne* a pour but d'offrir l'accès aux canadiens à une infrastructure de l'inforoute de pointe et au réseau de l'apprentissage;
- *Des collectivités ingénieuses* vise à encourager les collectivités à devenir des utilisateurs à la fine pointe des technologies de l'information grâce à un réseau pancanadien;
- *Des contenus canadiens en ligne* cherche à faire du Canada le chef de file mondial parmi les fournisseurs de matériel d'apprentissage numérique et de contenu multimédia;
- *Le commerce électronique* vise à créer un cadre législatif et réglementaire qui permettra au Canada de devenir un centre d'excellence mondial dans le domaine;
- *Des gouvernements canadiens en ligne* a pour but d'établir des liens entre la population et les administrations publiques;
- *Canada branché sur le monde* fait la promotion de la connectivité dans le reste du monde.

---

<sup>3</sup> Connectivité : Faire du Canada le pays le plus branché du monde (Industrie Canada, 1998)

Pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixés, le gouvernement canadien a mis sur pied plusieurs programmes tel que (Industrie Canada, 1998) :

- le Programme d'accès communautaire (PAC);
- le programme Rescol canadien;
- le programme Étudiants bien branchés;
- le programme CANARIE;
- le programme ordinateur pour les écoles;
- le Répertoire national des diplômés;
- le programme Volnet, etc.

Ainsi, le rapport du Comité consultatif canadien insiste sur les infrastructures reliées aux nouvelles technologies de communication. Selon ce rapport, l'avancement des technologies canadiennes dans le domaine des télécommunications est remarquable. Cependant, la situation est tout autre au plan des contenu, qui se retrouvent sur l'inforoute. En 1998, le CEFRIO<sup>4</sup> insiste pour dire que le gouvernement canadien est dans l'urgence de développer un plan d'action pour le développement de contenu sur Internet. Surtout s'il désire donner une tangente informatisée à son économie. Le gouvernement doit mettre en branle des mesures pour freiner l'invasion des produits et contenus étrangers, surtout américains. Le gouvernement doit s'assurer que le Canada prendra le virage de l'autoroute de l'information

---

<sup>4</sup> Le Centre francophone d'informatisation des organisations

sans trop de retard sur les autres pays industrialisés, en étant un utilisateur modèle, en légiférant et en gérant le développement de l'inforoute (CEFRIO, 1998).

#### AU QUÉBEC

En 1995, le ministre de la Culture et des Communications du Québec, monsieur Jacques Parizeau, ainsi que le ministre de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie du Québec, monsieur Daniel Paillé, ont créé un Comité consultatif québécois sur l'autoroute de l'information. Ce comité devait se pencher sur les forces et les faiblesses du Québec en matière de développement de l'inforoute. Il devait par la suite énoncer un plan d'action pour la mise en œuvre de l'autoroute de l'information au Québec.

Ce plan d'action a amené la création du Secrétariat de l'Autoroute de l'Information (SAI), chargé d'administrer et de coordonner les projets de développement inforoutés québécois. Le SAI est le promoteur du développement d'Internet auprès des organisations québécoises. C'est le SAI qui reçoit les demandes de subventions et qui accorde le financement aux projets québécois.

Nous nous sommes basés sur le rapport du Comité québécois pour faire ressortir les caractéristiques du développement d'Internet dans la province. D'après ce rapport, il semble que le Québec, tout comme le Canada, accuserait un retard comparativement aux pays industrialisés dans le développement de l'inforoute. Ce retard serait imputable à un manque de coordination entre les divers intervenants, à une carence d'information dans le domaine et à une absence de mobilisation.

Le Comité suggère que le rôle de dirigeant dans le développement de l'autoroute de l'information revienne au gouvernement. C'est lui qui doit donner l'exemple en matière d'utilisation de l'inforoute, il doit devenir un utilisateur modèle pour ainsi créer un effet d'entraînement. Il doit favoriser l'appropriation de cette nouvelle technologie par la population via les domaines de l'éducation, de la culture, de la santé et des services sociaux. En démocratisant le médium, il sensibilisera et éduquera la population à ses utilités. Le gouvernement provincial doit favoriser le partenariat entre les secteurs privé et public. À lui seul, le gouvernement ne peut développer les infrastructures nécessaires à l'épanouissement du réseau. Il doit favoriser la présence des expertises du secteur privé en créant des fonds de recherche et de développement dans ce domaine.

En 1998, le CEFRIO fait un constat similaire : les Québécois branchés sont peu nombreux. Il déplore le manque de contenu francophone et la difficulté d'accès aux sites. Il suggère que le gouvernement québécois favorise le développement et l'accès à un contenu francophone et à des logiciels de navigation et de traduction des contenus anglophones. S'il veut que la population québécoise utilise plus Internet, il doit lui faciliter l'accès à des contenus en français.

Dans le prolongement du SAI, le gouvernement du Québec a mis sur pied le Fonds de l'Autoroute de l'Information (FAI) en 1996 (Fonds de l'autoroute de l'information, 1998). Ce fonds vise à distribuer de l'aide, sous forme de subventions, aux entreprises ou aux organismes qui possèdent un projet de développement de l'inforoute dans leur milieu local. C'est sous cette forme que le gouvernement tente de développer un partenariat privé-public. Les fonds sont répartis aux organisations qui soumettent des projets, lors des concours.

La principale critique faite au FAI est qu'une grande partie des fonds a été injectée dans le développement des infrastructures et non dans le contenu véhiculé sur Internet. Ce qui a occasionné un retard par rapport au contenu américain qui était, et est toujours, omniprésent et uniquement anglophone (Langlois, 1995). Le FAI semble s'être ajusté en octroyant de plus en plus des subventions à des organisations ayant comme projet de développer du contenu québécois sur Internet. C'est ce que démontre les exigences de la phase II du projet inforoutier québécois, où seulement les demandes de subventions pour développer du contenu québécois ont été retenues (FAI, 1998).

L'autoroute de l'information a-t-elle vraiment réussi à s'implanter ? Il est difficile de répondre à cette question. Chose certaine, elle défraie de plus en plus les manchettes. La formation et l'éducation populaires dans le domaine prennent de plus en plus de place dans les journaux ou à la télévision.

---

### 2.3 LES ATTENTES CRÉÉES PAR L'AUTOROUTE DE L'INFORMATION

---

La croissance rapide des télécommunications et leur adoption dans les milieux économiques, sociaux et communautaires ont modifié les habitudes de communication des gens. L'autoroute de l'information a instauré un espace sans distance et un temps sans durée grâce auxquels ceux-ci peuvent s'exprimer et s'informer sans être présents physiquement. Ce nouvel environnement de communication suscite de nombreuses attentes quant à la vie d'échange. Il est devenu un enjeu majeur dans la société actuelle (Harvey, 1995).

Grâce aux NTIC, nul besoin d'être à Montréal pour faire des affaires, à la condition toutefois d'être en étroite relation avec le marché national et international (Julien, 1997). Nul besoin d'être dans les centres urbains pour participer activement à la vie politique. L'autoroute de l'information se veut l'outil idéal autour duquel les espoirs et les attentes en matière de développement se fondent. Des attentes sont apparues à tous les niveaux de la collectivité. Elles se traduisent de différentes façons selon qu'il sera question du politique, de l'économique et du social.

### 2.3.1 LES ATTENTES DANS LA SPHÈRE POLITIQUE

Comme nous l'avons vu précédemment, les gouvernements des différents pays industrialisés veulent à tout prix s'accaparer la nouvelle porte sur le monde que leur offre l'autoroute de l'information (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Québec, 1995). Tous tentent de se faire une place sur l'échiquier de l'inforoute, car tous croient que les activités économiques, sociales et culturelles de demain transiteront sur cette autoroute virtuelle et aucun ne veut faire manquer la «bretelle d'accès» à sa population.

#### CONSULTATION PUBLIQUE ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

Grâce à l'autoroute de l'information, les dirigeants politiques voient l'opportunité de rejoindre une plus grande partie de leur population et de lui faire prendre une plus grande place dans les processus décisionnels. Par le biais de l'inforoute les consultations publiques seront plus faciles et moins coûteuses. De cette façon la population aurait une plus grande capacité de participation et pourrait exercer un plus grand pouvoir. Laramée (1991) soulève plusieurs hypothèses concernant le rôle que pourraient jouer les technologies de

télécommunication dans la décentralisation du processus décisionnel et du processus de gestion des biens et des projets collectifs. Selon ses hypothèses, *l'usage de la télématique par les citoyens leur permet d'influencer le processus décisionnel par l'accès direct aux élus*. De même qu'elle permet *d'avantage de consultation des citoyens sous forme de sondage concernant les orientations de gestion de la collectivité* (Laramée, p. 39, 1991). Ces hypothèses restent à discuter, car elles s'appuient sur peu de recherches empiriques, elles expriment, par contre, les attentes que les collectivités fondent dans les NTIC.

De plus, en rendant publiques les lois et les décisions municipales, provinciales et fédérales, les gouvernements s'assurent une plus grande circulation des informations. Les gouvernements perçoivent l'infrastructure comme un excellent médium pour véhiculer, sur une vaste échelle, des informations sur le territoire et sur les possibilités de son aménagement. *L'accessibilité permanente aux informations relatives aux décisions prises par les élus, rendue possible par la consultation télématique, augmentera la transparence de la gestion* (Laramée, p. 39, 1991). C'est là une attente partagée par plusieurs dirigeants politiques, mais dont les résultats terrains n'ont pas encore été vérifiés.

### 2.3.2 LES ATTENTES DANS LA SPHÈRE ÉCONOMIQUE

#### GLOBALISATION DES MARCHÉS

Dans le milieu économique, les entreprises et les industries perçoivent l'infrastructure comme un outil leur donnant accès au monde. L'arrivée de l'infrastructure rend la globalisation des marchés possible. L'élimination des frontières force les entreprises à élargir de plus en plus leur marché. Elles doivent pouvoir étendre leurs antennes sur un territoire

international à partir d'un point névralgique. L'autoroute de l'information, par la transmission rapide de données et d'images, donne la possibilité d'ouvrir de nouveaux marchés (Bernal, Stuller, Sung, 1991).

De plus, l'autoroute de l'information augmente la capacité d'échanges d'information entre une entreprise et ses succursales, entre différents types d'entreprises et entre une entreprise et sa clientèle.

*... les entreprises comprennent l'intérêt d'utiliser Internet que ce soit pour présenter et vendre leurs produits, passer des commandes, optimiser la logistique, pour toucher des prospects sur des marchés nouveaux, pour économiser sur les coûts d'édition de catalogue ou encore améliorer les services après vente (Hoeltgen, 1996, p.12).*

Grâce aux NTIC une entreprise peut donc augmenter son rendement et étendre ses succursales (Bernal, Stuller, Sung, 1991). De petites entreprises régionales, qui étaient jadis exclues des processus de croissance économique faute d'avoir accès aux mêmes services de communications que celles situées dans les centres, pourraient, grâce à l'inforoute, se positionner sur de nouveaux marchés. L'accès à de nouvelles connaissances, via la multiplication des échanges leur permettrait de développer et de perfectionner de nouveaux produits et ainsi de devenir concurrentielles sur de plus grands marchés (Laramée, 1990). C'est là une autre hypothèse proposée par Laramée, qu'il faudrait vérifier à l'aide d'études approfondies des effets de l'autoroute de l'information.

## MODIFICATIONS DES MÉTHODES DE TRAVAIL

En plus, on attribue à l'autoroute de l'information de favoriser l'essaimage des entreprises. Une entreprise peut déployer ses succursales sur un plus vaste territoire sans nuire aux communications entre chacun de ses nœuds. Les réseaux de communications favoriseraient les échanges entre la maison-mère et ses filiales en neutralisant les conséquences du temps et de la distance. Les coûts des interurbains seraient amortis par la quantité de données transmises sur l'infrastructure comparativement aux moyens traditionnels d'échange (télécopieur et téléphone). De plus, le temps de réponse est nul compte tenu du fait que ce sont les systèmes informatisés qui reçoivent et gèrent les transmissions (Bernal, Stuller et Sung, 1991).

## COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Avec le développement de l'autoroute de l'information et la présence sans cesse croissante d'entreprises sur Internet, apparaît une nouvelle sorte d'échange : le commerce électronique. Comme la popularité du médium Internet se propage au sein des populations à un rythme accéléré, les entreprises y voient l'opportunité d'aller y chercher une nouvelle clientèle. En publiant leurs produits et en offrant la possibilité de les commander via Internet les entreprises ont la capacité d'augmenter leurs points de vente sans vraiment augmenter leurs coûts de mise en marché.

Le commerce électronique, mise sur l'amélioration du service à la clientèle en facilitant le paiement de factures et la prise de commandes, qui deviendrait un moyen de transaction plus rapide que le courrier ou les moyens traditionnels de communications (télécopieur,

téléphone). C'est aussi un encart publicitaire sur Internet pour l'entreprise et ses produits. En affichant ses catalogues sur Internet une entreprise diversifierait ses outils de marketing. L'Internet deviendrait aussi un lieu d'approche et de négociations entre des entreprises qui se côtoient de façon virtuelle. Une entreprise qui cherche des sous-traitants dans un domaine ou une région en particulier trouverait très avantageux de naviguer sur des sites d'entreprises avant de faire un choix (Hoeltgen, 1996).

Le développement du commerce électronique entraînerait avec lui le développement d'entreprises connexes, comme des services de transport, de finances et d'assurances achats (Bernal, Stuller et Sung, 1991). On peut vendre un produit sur Internet, mais il faut tout de même le livrer au consommateur. C'est pour répondre à ce besoin qu'apparaîtraient des entreprises de livraison à domicile, qui auraient la fonction de prolonger l'Internet en le rendant concret, tout en minimisant l'effet distance et temps entre l'entreprise qui vend le produit et le consommateur.

Le commerce électronique n'est pas encore développé à son plein potentiel: il fait face à deux problèmes : la sécurité dans les transactions rend réticents les acheteurs potentiels et la non-uniformisation des lois et des monnaies d'échange empêchent son développement mondial (Hoeltgen, 1996). Les consommateurs craignent que la trop grande transparence d'Internet et son accès universel empêchent la confidentialité dans leurs transactions. De plus, comme il n'y a aucun standard commun en ce qui concerne le commerce électronique dans le monde les commerçants et les acheteurs se butent à des difficultés d'échange de devises et de lois de protection du consommateur très variées.

## NOUVEAUX ENJEUX

Bref, les enjeux pour les entreprises ne seraient plus uniquement que régionaux, mais deviendraient extra régionaux. L'autoroute de l'information favoriserait l'expansion des entreprises à l'extérieur de leur zone d'influence traditionnelle (Laramée, 1990). Une entreprise apte à se servir adéquatement de l'inforoute pourrait facilement augmenter son rendement et étendre ses succursales (Bernal, Stuller et Sung, 1991). Pour se faire, elle devra se positionner et s'appropriier les NTIC, sinon celles-ci pourraient creuser un trop grand écart entre les entreprises «branchées» et les «non branchées» (Langlois, 1995).

### 2.3.3 LES ATTENTES DANS LA SPHÈRE SOCIALE

L'autoroute de l'information fait aussi naître des attentes dans le milieu social. En fait, il serait permis de croire que l'inforoute permettrait d'avoir un accès universel à la culture, à la connaissance et à l'éducation (Théry, 1984). En effet, on croit qu'elle permettrait d'améliorer la qualité de vie des gens, surtout ceux des milieux ruraux ou plus éloignés des grands centres. Elle permettrait à ceux-ci de diversifier leurs activités économiques, de passer d'un milieu agricole ou dépendant uniquement d'une entreprise à un milieu bâti autour de quelques PME. Ce serait pour eux une façon de mettre un frein à leur décroissance économique et démographique (Bahl et al. , 1991).

### AUGMENTATION DE LA QUALITÉ ET DE LA QUANTITÉ DES SERVICES

On attribue à l'autoroute de l'information une augmentation de la gamme des services offerts à la population. En effet, les gens auraient accès à une éducation plus variée, en bénéficiant de la présence de cours à distance et de contenu et matériel pédagogiques sur

Internet. Le système de santé serait plus performant, grâce aux échanges rapides d'information et de diagnostics entre les spécialistes des hôpitaux urbains et les médecins en milieu rural (Adams, Scott et Stephens, 1991). De plus, les gouvernements et les institutions culturelles pourraient y diffuser plusieurs informations à caractère culturel.

#### NOUVEAUX RÉSEAUX D'ÉCHANGES

Certains auteurs s'entendent pour dire que l'autoroute de l'information permettrait la formation de nouveaux réseaux d'échange, qui se démarqueraient des réseaux formels et traditionnels par leur spontanéité, par leur différence de contenu et par le multiculturalisme de leurs membres. Ces nouveaux réseaux permettraient à des individus, via des groupes d'intérêts virtuels, d'acquérir plus rapidement une maturité sociale. Ces regroupements diffusent différents points de vue se rapportant à des phénomènes populaires entraînant aussi une nouvelle synergie dans les milieux (Harvey, 1995, Laramée, 1990).

De plus, ils provoqueraient l'apparition de différents questionnements idéologiques par la propagation d'idées de divers milieux, qui seraient accessibles plus facilement et plus rapidement (Harvey, 1995). En permettant aux populations de connaître le monde, l'infrastructure leur faciliterait la recherche d'information dans les domaines qui les touchent et leur permettrait, ainsi, de se forger des opinions de façon plus éclairée. Ces nouvelles façons d'entrevoir les événements et de percevoir leur croissance permettraient aux populations de pouvoir planifier leur développement (Bahl et al. , 1991).

#### 2.3.4 LES ATTENTES EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Quand nous situons les télécommunications dans le contexte du développement local nous constatons qu'elles pourraient jouer un rôle important dans la croissance des milieux innovateurs. En effet, comme nous l'avons décrit précédemment les milieux qui connaissent une forte croissance sont ceux capables de s'approprier les informations et de les appliquer le plus adéquatement possible dans leur environnement (Julien, 1997). *Avec les systèmes actuels, nul besoin d'être à Montréal pour développer des affaires, à la condition toutefois d'être en étroite relation avec le marché national et international...* (Julien, p.43, 1997). Pour se faire l'autoroute de l'information deviendrait l'outil idéal autour duquel les espoirs et les attentes du développement local s'appuieraient.

#### L'APPORT D'INTERNET

La montée fulgurante de la popularité de l'inforoute et plus particulièrement d'Internet entraîne avec elle de multiples attentes dans le domaine du développement local. Cette nouvelle technologie permettrait aux milieux éloignés des centres économiques de stimuler leur croissance en amortissant les conséquences créées par cet éloignement (Lesser et Hall, 1987). Les nouvelles technologies de télécommunications seraient des infrastructures fondamentales pour l'émergence d'une nouvelle économie. Comme nous l'avons vu précédemment elles permettraient l'amélioration des conditions de vie en augmentant la gamme des services offerts aux populations rurales ou en milieu éloigné (Adams, Scott et Stephens, 1991). De plus, elles permettraient aux milieux locaux de diversifier leur économie en favorisant l'acquisition de nouvelles connaissances et informations (Bahl et al. , 1991).

## COMPOSANTES D'UNE SYNERGIE

Ce qui est primordial dans le développement d'un milieu c'est la synergie qui doit se créer entre les acteurs et les ressources du milieu. Plus un milieu sera apte à établir une dynamique forte, plus son développement sera important et croissant (Julien, 1997). L'autoroute de l'information et les infrastructures qu'elle nécessite pourraient jouer un rôle important dans ce développement. En premier lieu la proximité des infrastructures et la concurrence de plus en plus grande au sein des fournisseurs faciliteraient l'accès à tous en diminuant les coûts d'utilisation. De plus, le développement d'infrastructures de qualités permettraient d'attirer des expertises extérieures et ainsi d'établir de nouvelles compagnies créatrices d'emplois (Bahl et al. , 1991).

La clé du développement régional résiderait en quelque sorte dans la présence de leaders aptes à entraîner dans leur chemin la population et les investisseurs. L'amélioration des télécommunications favoriserait l'émergence de réseaux d'échanges d'idées et elle élargirait l'accessibilité des informations à un plus large auditoire ce qui accentuerait le niveau des connaissances de la population et favoriserait l'apparition de la coopération. Plus il y aurait de leaders dans la communauté, qui croiront aux bienfaits des nouvelles technologies de l'information dans le développement du milieu et qui sont aptes à les communiquer à l'ensemble de la population, plus le développement du milieu se ferait rapidement (Balh et al. , 1991).

Ainsi, les nouvelles technologies de communications seraient un atout majeur dans le développement en favorisant l'appropriation des informations par le milieu et la cohésion au

sein des populations. Mais est-ce tous les milieux qui possèdent la volonté, la capacité et le dynamisme pour s'emparer de ces nouvelles technologies?

### 2.3.5 ATTENTES ET RÉALITÉ...

#### ESPACES PASSIFS, ESPACES ACTIFS

Marc-Urbain Proulx (1992) classe les espaces en deux catégories au plan de leur dynamisme : les espaces passifs et les espaces actifs. L'un étant en attente d'innovations extérieures à son milieu et l'autre étant créateur et innovateur à partir de ses composantes internes. Donc, un milieu qui connaît déjà un fort dynamisme, grâce aux interactions entre ses sphères sociale, culturelle, administrative, politique et économique, devrait être mieux équipé pour s'approprier et développer les nouvelles technologies d'information. Ne risquons-nous pas de voir s'accroître les disparités entre les milieux moins favorisés et ceux déjà privilégiés socialement et économiquement ?

#### LE DÉVELOPPEMENT INÉGAL DES INFRASTRUCTURES

Comme le développement des infrastructures de télécommunications ne se fait pas au même rythme d'une région, d'une municipalité à une autre, certains milieux connaissent des difficultés d'accès aux technologies. Cette inégalité dans le développement crée des distorsions dans les capacités de s'approprier de l'information à distance et nuit au développement local. Des milieux qui souffrent au départ d'un retard au plan économique ne peuvent concurrencer les autres milieux dans le déploiement de nouvelles infrastructures de communications. De plus, le manque d'intervenants locaux faisant la promotion d'Internet dans leur milieu, combiné au faible taux de PME «branchées», nuit aux volontés

de développement d'infrastructures et de services reliés à l'accès (Lesser et Hall, 1987, Rallet, 1993, Bahl et al. , 1991).

#### LE BESOIN D'UN INNOVATEUR LOCAL

La volonté de développer les infrastructures de l'autoroute de l'information et la capacité de les utiliser à des fins de développement proviendraient dans bien des cas de l'action de certains individus ou de quelques organisations. Il suffit qu'un acteur en fasse son cheval de bataille et travaille activement à aller chercher des investissements publics et privés pour le développement local de l'inforoute et réunisse autour de lui des partenaires engagés dans le milieu. Il existe des exemples du rôle joué par des leaders comme le cas de Parthenay, en France ou celui de Hiérapolis, en Outaouais (Lefebvre et Tremblay, 1998). Il se produit un effet boule de neige auprès des autres acteurs et de la population. Un milieu ayant des antécédents en matière d'innovation et de dynamisme sera celui pour qui les nouvelles technologies de l'information seront accessibles. Entre les attentes et la réalité, il existe une grande marge où l'action va faire toute la différence.

---

#### CONCLUSION

---

Ainsi, les technologies de télécommunications ont évolué et offrent des possibilités inouïes. Avec l'arrivée des NTIC les habitudes de communication des gens se voient passablement bouleversées par la disparition des contraintes de temps et de distance. Les impacts sont toutefois difficiles à évaluer, car on n'exploite pas encore au maximum ces nouvelles technologies. Par contre, les gens se familiarisent de plus en plus rapidement avec

les nouvelles technologies d'information. On fonde beaucoup d'espoirs de développement dans ces nouvelles technologies.

Internet à lui seul ne constitue pas un outil de développement régional. C'est la capacité avec laquelle une région va être à même d'intégrer Internet à ses stratégies de développement existante, qui renouvellera le dynamisme local. Internet devrait s'intégrer dans les stratégies de développement des intervenants locaux au même titre que n'importe quel autre outil (Rallet, 1993, Julien, 1997, Bahl et al. , 1991). La façon dont les milieux vont se servir d'Internet dans leur stratégie sera un bon indicateur des capacités et des limites d'Internet comme outil de développement local.

Comme nous allons vous exposer, Drummondville affiche un bon dynamisme. Nous allons voir comment Internet s'y fait une place et comment les acteurs locaux se l'approprient à des fins de développement.

## CHAPITRE 3

### PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE

Nous avons voulu cerner les façons dont les organisations d'une ville moyenne du Québec, Drummondville, s'approprient Internet et les usages qu'elles en font. Nous avons en effet décidé de focaliser sur l'aspect Internet de l'autoroute de l'information. D'après nous, le choix de cet aspect s'est révélé être le plus approprié parce que l'utilisation d'Internet dans une organisation est directement observable. En effet, nous pouvons aisément recenser les sites d'intérêt et les pages Web d'une organisation sur Internet. En plus, comme Internet est la partie de l'autoroute de l'information la plus répandue et la plus connue, l'intérêt des gens est plus facile à mesurer, et d'autant plus qu'ils ont développé une opinion sur le sujet. Le caractère universel d'Internet et sa facilité d'accès pour tous les types d'organisations sont aussi des critères importants d'appropriation et de variété, ce qui nous rapproche de la réalité quotidienne drummondvilloise.

Dans ce chapitre nous allons décrire les méthodes de travail que nous avons utilisées. Notre stratégie de recherche est divisée en deux volets :

- 1) l'inventaire et l'analyse des sites produits par la collectivité drummondvilloise sur le Web;
- 2) la recension des faits et des opinions, se rapportant à Internet, d'un éventail de dirigeants d'organisations drummondvilloises se retrouvant sur le Web et utilisant l'Internet.

Ces deux méthodes sont certes très différentes, car l'une (recension des sites) permet la manipulation de données quantitatives et l'autre (recension des faits et opinions) vise l'obtention de données qualitatives. Dans notre étude, elles se sont révélées tout à fait complémentaires. En effet, nous pourrions illustrer les propos de nos interlocuteurs grâce à des faits précis provenant du Web drummondvillois. Tout comme nous pourrions confronter ce que nous retrouvons sur Internet aux volontés de nos interlocuteurs en matière de développement et d'utilisation d'Internet.

---

### 3.1 L'INVENTAIRE ET L'ANALYSE DU CONTENU DES SITES WEB

---

L'inventaire et l'analyse des sites sur le Web visent à démontrer la présence d'organisations drummondvilloises sur Internet et la vocation qu'elles accordent à ce médium d'information. Une liste, comprenant tous les sites Web se rapportant à Drummondville a été faite. Pour réaliser notre liste, nous avons parcouru le Web et avons fait ressortir le contenu drummondvillois. Chacun des sites de cette liste a, par la suite, été analysé de façon à faire émerger les caractéristiques propres du Web drummondvillois.

Pour cette première partie du travail, nous aurions voulu nous baser sur des méthodologies éprouvées : modes d'échantillonnage, grilles d'analyse, etc. Cependant comme la technologie est passablement nouvelle et que très peu d'études de ce genre ont été réalisées à ce jour, nous avons dû établir nous-mêmes les bases de notre inventaire et de notre analyse.

### 3.1.1 CONSTITUTION DE NOTRE LISTE DE SITES

Nous avons effectué une première liste de tous les sites Internet que nous avons trouvés se rapportant à Drummondville durant la période du 10 novembre au 12 décembre 1997. Pour réaliser cette liste, nous avons utilisé des moteurs de recherche francophones du Web : Yahoo Canada, La Toile du Québec, Francité, Alta Vista, Sympatico, Carrefour.net et Lequebec.com. De plus, nous avons exploité des listes de sites répertoriés par des organisations drummondvilloises et présentées via leur propre site : ce fut le cas pour le 9e bit, Netsite 3000, Guide-Info Québec, Infoteck Internet, Internet Drummond (Cégep), Info-Attraits, Multi-Liens, Internet Login, E-m@g (Cogéco câble), la Ville de Drummondville et la MRC Drummond.

De cette liste nous avons éliminé tous les sites étant des pages Web personnelles. Nous ne jugeons pas pertinent de conserver ces sites. D'après nous, comme ils ne sont pas le résultat d'une organisation et qu'ils ne relèvent pas d'une volonté collective, ils étaient peu utiles pour notre recherche. En effet, ils ne démontrent pas comment un milieu et l'ensemble de sa population s'approprient Internet pour améliorer les conditions de son développement. La création de ces pages est davantage un loisir qu'une forme d'engagement dans le développement de la collectivité.

Afin de réduire encore notre liste de sites, nous avons rejeté tous les sites dont l'organisation ne possédait pas une adresse civique à Drummondville, car nous voulons connaître les réalisations effectuées sur le Web par des organisations de la ville, de là l'importance de se baser sur l'adresse civique. De plus, nous avons rejeté les sites qui ne sont que des prolongements de la maison-mère, sous forme de liens avec ses succursales. Ce sont

des sites qui sont créés à l'extérieur de la municipalité par les dirigeants de grandes firmes et qui servent d'outils de promotion. Nous retrouvons ce genre de site surtout dans le domaine de la restauration et de l'hébergement. Par exemple, le Valentine de Drummondville (<http://www.valentine.qc.ca>) possède une page, qui est la même que celle de tous les Valentines du Québec, exception faite de l'adresse. Nous pouvons accéder à cette page via le site du Groupe Valentine. Nous avons rejeté ce genre de sites, car nous croyons difficile de mesurer la volonté du milieu local de développer Internet par leur biais.

Nous avons aussi éliminé les sites dont nous possédions une adresse électronique, mais auxquels nous n'avons jamais eu accès durant notre mois de recherche sur le Web, parce que le site était en construction ou le serveur ne fonctionnait pas, etc. Notre liste finale compte, donc, 127 sites. Comme Internet est en constante évolution et qu'il change de façon très rapide, il se peut qu'à ce jour certains de nos sites répertoriés n'existent plus et que de nouveaux sites se soient ajoutés.

Notre liste de sites n'est pas exhaustive. Compte tenu de la rapidité avec laquelle les changements se produisent sur Internet, il nous faudrait faire un travail de mise à jour hebdomadaire. De plus, Internet étant un phénomène nouveau et possédant un grand engouement, plusieurs organisations n'en connaissent pas suffisamment les rouages avant de s'y implanter. Ce qui entraîne un mauvais positionnement des sites sur la Toile. Le manque d'hyperliens conduisant vers leurs sites, l'absence de leur site dans le répertoire des grands outils de recherche ou l'utilisation de mots clés peu communs se rapportant à leur site fait qu'il existe sûrement des sites que nous n'avons jamais rencontrés et répertoriés.

### 3.1.2 GRILLE D'ANALYSE

Suite à notre recension, nous avons bâti une grille nous permettant d'analyser plus en profondeur chacun de ces 127 sites (voir Annexe 1). Cette grille d'analyse du site Web s'articule autour de trois principales parties : des observations générales sur l'organisation qui s'affiche sur le Web, la description du site Web et des commentaires et une évaluation personnels. Les observations générales permettent de connaître le titre du site Web, son adresse Internet, le serveur qui l'héberge, le nom de l'organisation qui s'affiche sur ce site, la localisation de celle-ci, le nom d'une personne-ressource à contacter et ses coordonnées. C'est à partir de ces observations que nous allons pouvoir dresser notre liste de personnes à rencontrer dans la deuxième partie de notre recherche.

La description du site expose les informations livrées par le site Web. C'est-à-dire : le type d'organisation (privée, publique ou associative) qui utilise le Web, ainsi que les secteurs d'activités que nous y retrouvons. Ces deux caractéristiques nous permettront de connaître quels secteurs de l'économie drummondvilloise sont les plus présents sur le Web. Le contenu littéraire et graphique du site sera aussi analysé de façon à mieux définir ce qui se retrouve sur le Web drummondvillois. Pour bien décrire le contenu littéraire nous noterons de quoi parle le site, ce dont il est question, c'est-à-dire : la description du produit et du service offert, la description de l'entreprise, de la clientèle, les coordonnées de celle-ci, un portrait de son personnel et son rôle dans le système urbain. Nous pourrons ainsi mieux comprendre les utilités d'Internet que les organisations cherchent en s'affichant sur le Web. En ce qui concerne le contenu graphique, nous noterons la présence ou l'absence de couleurs, de photos, de cartes, de figures et d'autres éléments graphiques qui se trouvent

dans les sites Web et illustrent l'organisation. Le portrait qui se dégagera suite à notre analyse du contenu littéraire et graphique sera un bon indicateur des tendances de développement actuel du Web à Drummondville.

Une autre caractéristique que nous noterons afin de bien faire le portrait du Web drummondvillois est la langue utilisée dans les sites. Celle-ci nous permettra d'émettre des hypothèses quant à la clientèle visée par les sites Web. En effet, nous avons noté que la langue utilisée dans les sites limite les utilisateurs qui ne la maîtrisent pas. Nous avons aussi analysé les possibilités d'interactions entre les clients et l'organisation drummondvilloise qui s'affiche sur le Web. Ces interactions peuvent être de type courriel, formulaires de services à la clientèle, fiche du client, etc. L'interaction nous permettra de vérifier jusqu'à quel point les organisations drummondvilloises connaissent certaines utilités du Web, autre que descriptive, et s'en servent. En plus des interactions, nous ferons ressortir les développements, sous forme d'intraliens, des sites Web de Drummondville. Les intraliens nous permettent de faire un portrait du développement du site Web, c'est-à-dire son nombre de pages et la façon dont celles-ci sont disposées. Nous pouvons faire une analogie entre les intraliens et les pages d'un livre : les intraliens nous permettent de nous déplacer dans le site Web, tout comme le fait de tourner les pages d'un livre nous permet de nous déplacer dans celui-ci. Suite à l'analyse des intraliens nous pourrions mieux qualifier le niveau de développement des sites Web drummondvillois. Comme dernier point nous allons analyser les hyperliens qui se retrouvent dans les sites Web. Les hyperliens permettent de transiger d'un site vers un autre site, sans devoir inscrire une nouvelle adresse. Nous allons répertorier les sites Web drummondvillois qui possèdent des hyperliens et tenter de savoir vers quels types de sites ils nous amènent. Les hyperliens vont nous permettre de connaître dans quel environnement

les sites Web drummondvillois s'inscrivent; est-ce uniquement au niveau de la ville, de la région, de la province ou à un niveau supérieur.

Comme dernière partie, nous noterons sur la grille d'analyse nos commentaires personnels, ainsi que notre appréciation du site. Il est vrai que ces commentaires sont subjectifs et se basent sur une appréciation personnelle. Nous avons néanmoins cru bon de les recueillir. Nous avons essayé d'être le plus systématique possible en tenant compte des mêmes critères d'un site à un autre. Cette grille a fait l'objet d'une préutilisation : avant de nous arrêter définitivement sur les éléments retenus, nous l'avons expérimentée sur des sites pour vraiment faire ressortir les points les plus importants à analyser.

### 3.1.3 L'ANALYSE DES SITES

Suite à la recension de chacune des caractéristiques des sites Web drummondvillois, nous avons procédé à l'analyse de nos résultats. Nous avons effectué une compilation de nos 127 grilles, pour définir le niveau de développement des sites Web selon les indicateurs choisis. Notre compilation nous a permis d'établir un portrait statistique du Web drummondvillois et d'en faire ressortir les indicateurs les plus représentatifs pour discuter des questions soulevées dans la problématique. Nos résultats sont présentés sous forme de graphiques et de figures dans le chapitre 5.

Cette analyse nous a permis de mettre en lumière un portrait général d'Internet à Drummondville; quels types d'organisations sont les plus représentées, comment elles utilisent Internet et si elles offrent une ouverture sur le monde à la population drummondvilloise. De plus, grâce à cette analyse nous avons pu déjà nous faire une idée de

l'ampleur de la présence d'Internet à Drummondville et du dynamisme des organisations dans son développement. Suite à une compilation des résultats de cette analyse nous avons dessiné, sous forme de statistiques, le visage drummondvillois d'Internet.

---

### 3.2 LA COLLECTE ET L'ANALYSE DES OPINIONS DU MILIEU

---

La deuxième étape de notre cueillette d'information est la recension, grâce à des entretiens auprès d'intervenants du milieu drummondvillois, de faits et d'opinions concernant l'utilisation d'Internet dans les organisations. Les principaux thèmes abordés se rapportent au développement actuel et futur d'Internet et à la façon dont les milieux économique, social et communautaire perçoivent ce nouveau médium.

Nous avons voulu réaliser des entretiens dans le milieu pour obtenir une image complète et concrète de l'Internet drummondvillois. En demandant l'avis de gens qui utilisent Internet nous pouvons faire de meilleures comparaisons entre les discours des chercheurs sur l'avènement positif d'Internet, l'ampleur des sites sur le Web se rapportant à la ville et la réalité quotidienne de l'utilisation d'Internet à Drummondville. Ainsi, nous obtiendrons un portrait global de l'appropriation d'Internet dans la ville, nous pourrions mieux évaluer son potentiel comme outil de développement et son utilisation.

#### 3.2.1 L'ÉCHANTILLON

Nous avons rencontré 16 intervenants issus du secteur public, privé et associatif. Les personnes appartenaient à deux grands profils : les directeurs d'organisations s'affichant sur le Web, qui semblent avoir trouvé dans ce médium un canal d'information et les directeurs

d'organisations offrant des services de consultations en création et en hébergement de sites. Le premier profil regroupe des directeurs d'organismes et d'associations communautaires, sociales et économiques qui possèdent un site Web et qui font la promotion d'Internet auprès de leurs membres. Ils sont aussi des intervenants dans le milieu scolaire (directeur d'école et responsable des systèmes informatiques) et dans le milieu municipal et régional (responsable des communications à la Ville de Drummondville et secrétaire-trésorier à la MRC Drummond).

Le deuxième profil regroupe des promoteurs d'Internet dans le milieu drummondvillois. C'est grâce à eux que l'Internet a vraiment pris forme à Drummondville. C'est leur vision d'Internet qui transparait en parcourant les sites Web drummondvillois.

Le choix de ces intervenants et de leur organisme s'est fait par le biais de notre liste des organismes possédant un site sur le Web. Nous avons voulu rencontrer d'une part des gens œuvrant dans le milieu du développement économique, social et communautaire et dans le milieu de l'éducation et des gens travaillant au sein d'organismes qui développent Internet. Ainsi, nous avons interrogé des gens qui utilisent Internet comme outil de travail et de promotion uniquement et des gens que vendent Internet soit sous forme d'hébergement ou de conception de sites.

À notre avis, notre échantillon est représentatif de l'ensemble des utilisateurs d'Internet recensés à la partie 1. En effet, il reflète les secteurs économiques, sociaux et communautaires qui sont présents sur le Web drummondvillois. En plus, il regroupe plusieurs intervenants du développement d'Internet à Drummondville et du développement

de l'ensemble de la ville. Les trois caractéristiques principales de notre échantillon sont : qu'il est représentatif de la diversité des sites rencontrés sur le Web, qu'il met en valeur les intervenants jouant un rôle dans le développement d'Internet à Drummondville et qu'il fait une bonne place aux intervenants dans le développement local.

Bien que petit, nous considérons que notre échantillon nous a permis d'alimenter adéquatement notre réflexion sur l'usage d'Internet et ses effets possibles sur le développement local. Il est intéressant de voir que les réponses convergent. En effet, lorsqu'une redondance dans les réponses des interlocuteurs apparaît c'est une bonne indication que le tour de la problématique a été fait (Blanchet et Gotman, 1992). Nous avons atteint une saturation dans les opinions émises qui nous a fait comprendre que la période des entretiens pouvait prendre fin.

### 3.2.2 LA GRILLE D'ENTREVUE

Nos entretiens ont été de type semi-directif (Ghiglione et Matalon, 1985). Ils ont été réalisés en personne, ont duré environ une heure et se sont généralement déroulés dans les locaux de l'organisation. Nous avons fourni, à l'avance à nos interlocuteurs, un cadre d'entretien qui contenait une série de thèmes autour desquels se ferait la discussion. Dans la première partie, les thèmes s'articulent autour de leur organisation, ce qu'elle est, des buts poursuivis, à qui elle s'adresse et son implication dans le milieu drummondvillois. La deuxième partie de nos entretiens s'oriente soit vers la présence de ces organisations sur le Web (quand nous nous adressions à des organisations qui s'affichent sur le Web); soit vers le rôle d'agent de développement d'Internet (quand nous nous adressions à des fournisseurs de services). La troisième partie cherche à faire parler l'interlocuteur sur sa perception des

retombées que son organisation a obtenues suite à sa présence sur le Web et sur les impacts qu'il croit qu'Internet a ou aura sur le développement économique, social et communautaire de Drummondville. La dernière partie de l'entretien touche le futur d'Internet à Drummondville : la place qu'il est en voie de prendre, son rythme de croissance, sa popularité et la place que devrait prendre Drummondville suite à l'appropriation d'Internet comme outil de développement.

Nous avons élaboré deux grilles différentes (voir Annexes 2 et 3), selon que nous nous adressions au premier profil ou au deuxième. Les questions étaient sensiblement les mêmes à l'exception du fait que nous avons mis l'accent sur la volonté du premier profil à être sur le Web et le rôle d'agent de développement d'Internet du deuxième profil. Ces entretiens se sont avérés très efficaces, car ils nous ont permis de converser avec les intervenants dans un cadre nonformel leur permettant ainsi d'aborder des thèmes et des questions qui les touchent plus spécifiquement. Cette façon de fonctionner a permis de créer une certaine structure, pour faciliter l'analyse, tout en laissant le champ libre à nos interlocuteurs (Lacasse, 1991). Ce type d'entretien nous a permis d'aborder certains aspects du problème qui nous sont totalement inconnus, tout en nous aidant à compléter nos résultats obtenus à l'étape 1 (Blanchet, Gotman, 1992). De plus, nous avons pu mesurer les écarts entre l'état du développement d'Internet tel que décrit dans la littérature et la réalité terrain.

### 3.2.3 L'ANALYSE DES ENTRETIENS

Suite à nos entretiens, nous avons compilé nos notes pour relever les points forts qui ont émergé des interventions de chacun de nos 16 interlocuteurs. Nous avons identifié les

opinions communes et les opinions divergentes. Au départ, notre analyse des entretiens a suivi la division initialement créée entre les organisations s'affichant sur le Web et les organisations offrant un service Internet. Nous cherchions à documenter notre problématique selon le profil de chacun des intervenants rencontrés. Ainsi, nous aurions pu comparer la vision des organisations utilisant Internet concernant la place de Drummondville, ville moyenne, sur le Web à celle des organisations offrant des services Internet. De même que nous aurions pu connaître, selon chaque profil, la perception des effets d'Internet sur le développement local. Mais en compilant nos résultats d'entretiens nous avons constaté que les opinions convergeaient indépendamment du profil des répondants. Les réponses étaient presque toujours similaires. Les divergences d'opinion n'étant pas dues au fait que nos interlocuteurs étaient divisés selon deux profils distincts, mais bien selon qu'ils avaient leurs propres opinions et leurs propres visions du développement et de l'utilisation l'Internet. Donc, nous avons amalgamé les deux grilles d'entretiens que nous avons au départ pour obtenir une vision globale de la présence de Drummondville sur le Web et des effets possibles d'Internet sur le développement local.

Un point auquel nous avons accordé une importance particulière est celui du partenariat et de la concertation. Nous avons soulevé ce point avec chacun de nos interlocuteurs, car pour nous, la concertation et le partenariat sont importants pour le développement local. Comme le souligne Julien (1996) les réseaux d'échanges et la concertation permettent de différencier un milieu où le développement local est fort d'un milieu latent. Les personnes que nous avons rencontrées nous ont livré un témoignage éloquent quant à la pertinence au sein des organisations de la ville de créer des réseaux de concertation et des partenariats pour pouvoir développer un Drummondville fort sur le Web.

---

## CONCLUSION

---

Nos méthodes de travail nous ont permis de recueillir des informations complémentaires sur l'utilisation d'Internet à Drummondville. En effet, nos entretiens nous permettent de confronter les statistiques obtenues lors de notre collecte de sites Web aux faits réels qui se vivent à Drummondville. Nous pouvons prendre le pouls de l'état réel du développement d'Internet et des sentiments des intervenants en développement local sur l'utilisation d'Internet comme outil de développement. Nos entretiens mettent en relief les contraintes liées aux manques de ressources financières, matérielles et humaines pour progresser dans le développement des sites, ce qui peut expliquer, en partie, le fort taux de sites en construction partielle ou totale.

De plus, notre échantillon nous a permis de faire une distinction entre le portrait réel d'Internet à Drummondville et le portrait qui ressort suite à la recension des sites sur le Web. Notre premier constat, après la recension des sites, est qu'un grand nombre de sites démontrent une prolifération des usages d'Internet à Drummondville et une utilité répandue dans tous les secteurs d'activités. Suite à nos entretiens, nos opinions sur l'utilisation et l'universalité d'Internet sont plus tempérées, car l'utilisation quotidienne d'Internet n'est pas encore une chose commune, il y a place à la formation et à l'information. De plus, Internet n'est encore qu'à ses débuts à Drummondville.

Dans le chapitre 5 nous vous exposerons nos résultats de recherche sur le Web ainsi que l'analyse que nous en faisons. Dans le chapitre 6 nous vous rapporterons et analyserons les faits et les opinions concernant Internet que nous avons recueillis auprès des intervenants municipaux. Enfin, dans le chapitre 7 nous mettrons en relation nos analyses sur le contenu

du Web drummondvillois et sur la place réelle d'Internet à Drummondville pour ainsi élaborer notre réflexion sur la place d'Internet comme outil de développement à Drummondville.

## CHAPITRE 4

### LIEU D'ÉTUDE : DRUMMONDVILLE, QUÉBEC

Drummondville est un bon exemple d'une ville moyenne dynamique capable d'être la locomotive de sa périphérie. Les enjeux de l'appropriation et du développement de l'autoroute de l'information pour Drummondville sont importants. C'est par l'inforoute que la ville pourra renforcer sa position au sein de sa région et du Québec. Grâce à l'inforoute, Drummondville pourra consolider ses projets de développement d'infrastructures institutionnelles, de mise en place d'aide aux PME, d'amélioration des services aux entreprises et à sa population. C'est aussi via l'inforoute que la ville pourra, notamment, faire connaître ses atouts et ses progrès au Québec, au Canada et dans le monde. L'autoroute de l'information est cruciale pour les villes de l'espace intermétropolitain : elle leur permet de sortir de l'ombre créée par la relative proximité des centres urbains de grande et de moyenne importance (Montréal, Québec, Trois-Rivières et Sherbrooke).

---

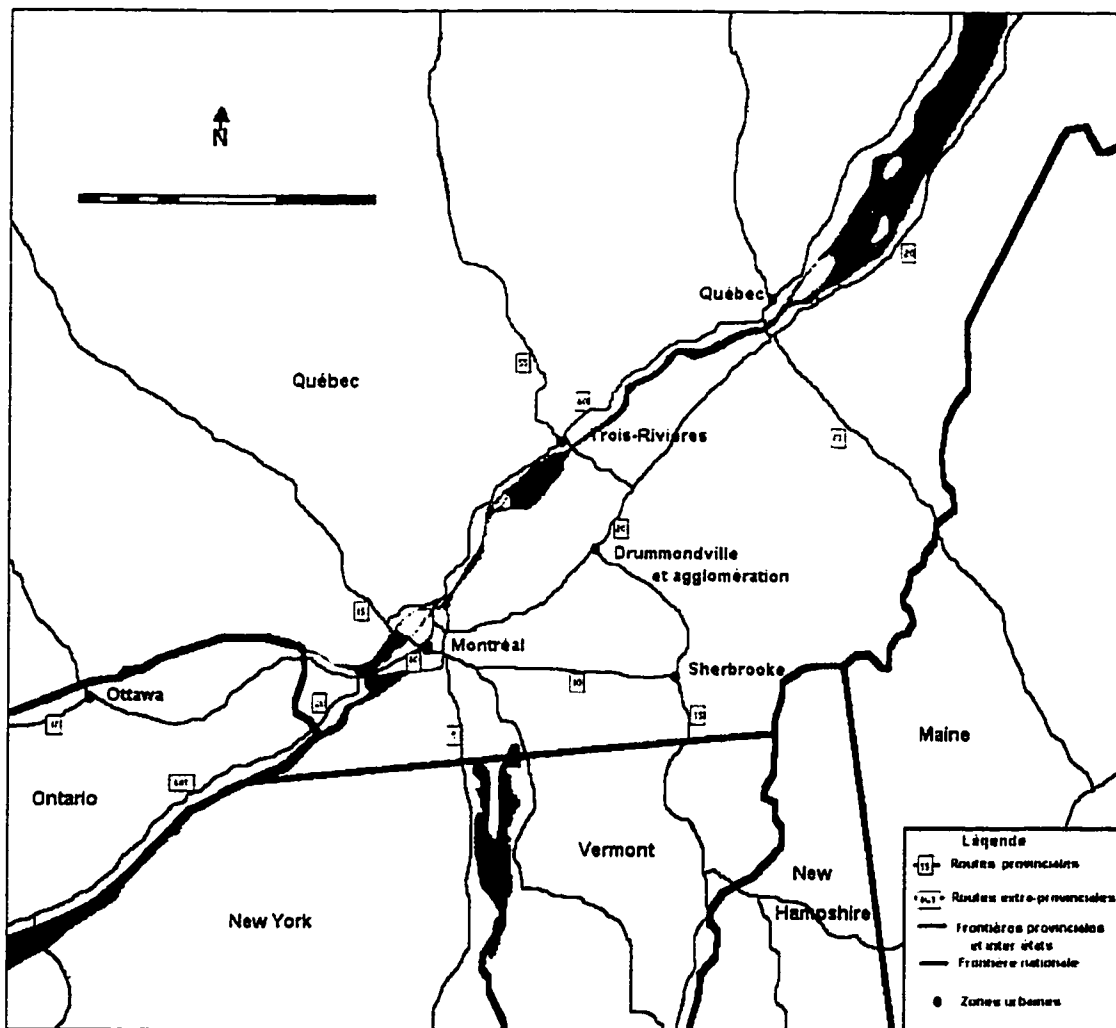
#### 4.1 LOCALISATION

---

Pour définir une ville moyenne nous devons nous appuyer sur sa taille et sur le rayonnement qu'elle produit dans sa région. La population des villes moyennes québécoises se situe entre 20 000 et 60 000 habitants. Leur rayonnement dépend des services qu'elles offrent à leur population. La population drummondilloise s'élève à 45 554 habitants. C'est plus de la moitié de la population de la MRC Drummond. Drummondville se classe au 24<sup>e</sup> rang des villes québécoises selon le critère de la population (Ville de Drummondville, 1998).

Nous divisons les 19 villes moyennes québécoises selon deux systèmes spatiaux : celles comprises dans la région centrale et celles comprises en périphérie. Les villes moyennes comprises dans la région centrale se subdivisent en deux catégories : celles de l'espace périmétropolitain et celles de l'espace intermétropolitain. Drummondville est une ville moyenne de l'espace intermétropolitain (Bruneau, 1989).

Carte 1 : Localisation de Drummondville et agglomération



Source: Environnement Conseil BGA inc. Drummondville et agglomération, St-Charles-de-Drummond, Grantham, Saint-Nicéphore. Première Édition, juin 1990, Québec.

#### 4.1.1 POSITION STRATÉGIQUE

Située à mi-chemin entre Montréal et Québec, sur la rive sud du Saint-Laurent, Drummondville est la capitale régionale du Centre-du-Québec<sup>5</sup>. Sa localisation et les axes routiers qui s'y croisent font de Drummondville un lieu d'échanges et de rencontres de premier plan. En effet, grâce à la proximité de l'autoroute 20 et de l'autoroute 55 Drummondville possède son point d'entrée dans le corridor Québec-Windsor et vers les marchés américains (voir la carte n° 1). Cette particularité est grandement mise en valeur par les intervenants locaux. Bien positionnée comme centre relais, Drummondville dessert en services un territoire d'une cinquantaine de kilomètres carrés (Fournier et Gauthier, 1987, MRC Drummond, 1998).

De plus, Drummondville est le chef-lieu de la MRC Drummond composée d'un réseau de petits villages et paroisses aux économies et paysages diversifiés (voir carte n° 2). C'est autour de Drummondville que se sont tissés, au fil des années, des réseaux d'échanges tant du point de vue social, économique que culturel. *Bien installée au centre et à la tête de cet ensemble hiérarchisé, Drummondville polarise les initiatives et les diversifie. En retour, elle sait diffuser dans sa région les biens et services de tous niveaux et organiser la vie collective* (Fournier et Gauthier, 1987, p.11).

Comme nous l'avons dit précédemment, Drummondville est classée comme une ville moyenne de la couronne intermétropolitaine<sup>6</sup>. Elle n'est pas une ville satellite de premier

---

<sup>5</sup> En février 1997, Guy Chevrette, Ministre des régions a créé la région 04-sud. Cette région administrative est composée des MRC Drummond, Arthabaska, Bécancour, de l'Érable et Nicolet-Yamaska (MRC Drummond, 1998).

<sup>6</sup> Les villes moyennes de la couronne intermétropolitaine sont celles situées à plus de 100 km de Montréal tout en étant comprises entre celle-ci et Québec. De plus, elle possèdent un fort dynamisme industriel et le rayonnement de leurs activités tertiaires s'étend sur une importante région (Bruneau, 1989).

plan pour la métropole, mais elle est suffisamment près de celle-ci pour profiter des retombées de l'éclatement industriel (Bruneau, 1989).

---

#### 4.2 LA VIE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

---

Les gens d'affaire et les décideurs drummondvillois ont dû persévérer et innover pour permettre à Drummondville de se démarquer de Trois-Rivières, qui est considérée comme la capitale régionale. Il s'est créé plusieurs regroupements économiques et socio-communautaires tel que : la Corporation de développement du centre-ville, le groupe des 40<sup>7</sup>, le Regroupement des Jeunes Entrepreneurs du Centre-du-Québec, la Table de concertation éducation-main d'œuvre<sup>8</sup>, le Réseau d'échange Drummond, au sein duquel siègent les organismes socio-communautaires, *team Drummondville*<sup>9</sup>, mis en place par la Société de développement économique de Drummondville, etc. Ces associations n'ont qu'un seul but : diversifier l'économie drummondvilloise et par le fait même accroître le développement de la municipalité et de sa région.

---

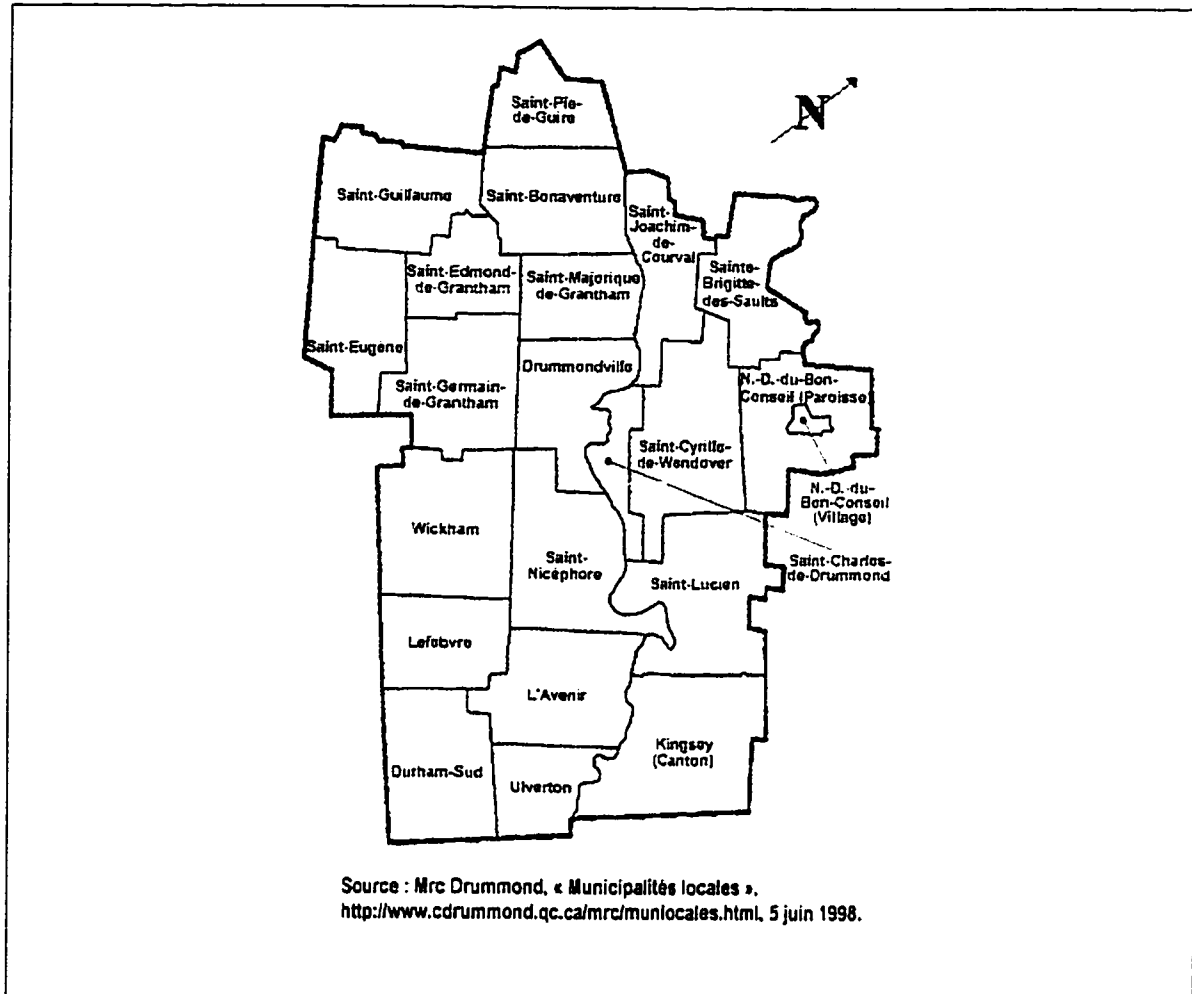
<sup>7</sup> Ce regroupement est composé des directeurs des ressources humaines des 40 plus grandes entreprises, il se réunit une fois par mois pour discuter de développement économique et de mobilité de main d'œuvre (Turenne, 1997).

<sup>8</sup> Autour de cette table se retrouvent des gens du milieu scolaire drummondvillois, des entreprises de Drummondville et des intervenants du centre emploi Québec. Cette association a pour but de mettre en valeur les diplômés drummondvillois et de répondre aux besoins des entreprises en ce qui concerne la formation de la main d'œuvre.

<sup>9</sup> Team Drummondville possède les mêmes particularités et poursuit les mêmes objectifs que Team Canada ou Team Québec, mais à une échelle régionale (Turenne, 1997).

En diversifiant son économie par le biais de ses activités industrielles et en se basant sur une forte tradition dans le domaine du textile, Drummondville a pu développer deux parcs industriels riches en PME de toute sorte (Bruneau, 1989). *En 1996, la revue américaine Site Selection classait d'ailleurs ces deux parcs mis ensemble au sixième rang des 10 parcs industriels qui avaient connu la plus forte croissance de l'emploi dans le monde* (Turenne, 1997, p.20). La croissance dans les secteurs industriels est telle que dans certains domaines les entreprises connaissent une pénurie de main d'œuvre. Drummondville est devenue en l'espace de quelques années la locomotive des Bois-Francs (Turenne, 1997). *La région de Drummondville détient le plus haut taux d'entrepreneurship au Québec* (Ville de Drummondville, 1998). En effet, on y compte 51 entreprises pour 10 000 habitants comparativement à une moyenne de 17 pour 10 000 au Québec.

Carte 2 : Municipalités composant la MRC Drummond



Ces efforts de diversification ont permis d'attirer des investissements dans des domaines comme les métaux, le bois, le papier et le plastique. Ces nombreux investissements ont engendré de nouveaux emplois (1362 seulement en 1996 dans la MRC) et une très forte hausse de la construction résidentielle (Turenne, 1997). Par le biais de ses nombreuses ressources et grâce aux idées innovatrices de ses entrepreneurs locaux, la structure industrielle et économique de la ville s'est renforcée pour être plus en mesure de concurrencer les entreprises canadiennes et internationales (Fournier et Gauthier, 1987).

#### 4.2.1 CENTRE DE SERVICES

Drummondville étant un centre régional important, la majorité des emplois qu'on y retrouve relèvent du domaine tertiaire. À Drummondville deux travailleurs sur trois œuvrent dans le domaine des services (Statistique Canada, 1996). Ce sont les activités de commerce de détail, qui sont les plus génératrices d'emplois. On retrouve dans le centre-ville drummondvillois de multiples commerces offrant à la population ce dont elle a besoin. Faisant concurrence au centre-ville les centres commerciaux tentent d'attirer une population extérieure aux limites drummondvilloises. Pour bien répondre aux besoins de ses citoyens et à ceux de la population de sa zone d'influence, Drummondville offre une gamme de services de santé et d'éducation ainsi que des services professionnels tels que des cabinets, des bureaux et des maisons d'affaires de toutes sortes. En plus d'offrir des services d'utilité courante à ses citoyens, Drummondville a développé une gamme de services professionnels plus spécialisés. La ville renferme sur son territoire les institutions fédérales, provinciales et régionales, elle offre ainsi une vaste gamme de ressources à la population qu'elle draine (Fournier et Gauthier, 1987).

#### 4.2.2 ACTIVITÉS INDUSTRIELLES

Mis à part les emplois engendrés dans le domaine des services, le quart des emplois drummondvillois est créé par les industries manufacturières (Statistique Canada, 1996). Dans l'histoire de Drummondville, la fonction industrielle a toujours occupée une grande place. C'est par l'industrialisation qu'elle s'est développée. Malgré le fait que le secteur des services soit un plus grand générateur d'emploi, la vitalité de la ville repose encore sur ses entreprises et industries (Fournier et Gauthier, 1987). Au départ fondée sur l'industrie

textile, la diversification dans les secteurs de l'ameublement, du papier, du bois, des produits métalliques, de la machinerie, etc. a donné un nouveau dynamisme à l'économie de la ville et a engendré la multiplication des PME (Fournier et Gauthier, 1987, Turenne, 1997).

#### 4.2.3 COMPARAISON ENTRE LES VILLES INTERMÉTROPOLITAINES

Le tableau qui suit met en relation la vie économique de Drummondville avec celle des cinq autres villes intermétropolitaines du Québec (Granby, Victoriaville, Thetford Mines, Saint-Georges de Beauce et Shawinigan/Grand-Mère).

En observant ce tableau nous remarquons que l'histoire économique et la localisation géographique des villes influencent leurs activités économiques actuelles. Prenez par exemple Thetford Mines et l'industrie minière, Shawinigan/Grand-Mère et les industries reliées à l'exploitation forestière, ainsi que Granby et ses industries agricoles.

Tableau 1 : Les secteurs économiques de Drummondville et des villes intermétropolitaines

CARACTÉRISTIQUES	DRUMMONDVILLE	VICTORIAVILLE	SHAWINIGAN/ GRAND-MÈRE	GRANBY	SAINTE- GEORGES	THETFORD MINES
Taux de chômage, les deux sexes - 15 ans et plus	11,8 %	10,4 %	19 %	11,7 %	11,5 %	7,7 %
Taux d'activité, les deux sexes - 15 ans et plus	59,6 %	61,5 %	49 %	65,3 %	66,6 %	54,7 %
Toutes les industries (pop. active 15+)	16520	9900	12980	21575	9600	7525
Industries agricoles & services connexes	0,75 %	1,2 %	0,5 %	1,4 %	1 %	0,8 %
Industries de la pêche et du piégeage	0 %	0,1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Ind. de l'exploit. forest. & serv. forest.	0,4 %	0,4 %	1 %	0 %	0,4 %	0,5 %
Ind. des min.(y com.brov.),carr. & pts	0,3 %	0,2 %	0,15 %	0,05 %	0,1 %	9,2 %
Industries manufacturières	25,1 %	22 %	23 %	32,6 %	20,7 %	11,5 %
Industries de la construction	5 %	7 %	5,2 %	4,9 %	8,6 %	4,2 %
Industries du transport & de l'entreposage	2 %	1,6 %	2 %	1,8 %	2 %	2 %
Ind. des communic. &	1,7 %	2 %	2,15 %	1,8 %	1,5 %	2,5 %

autres serv. publics						
Industries du commerce de gros	4,7 %	5,2 %	3,5 %	4,3 %	3,7 %	3,1 %
Industries du commerce de détail	15 %	19,1 %	15,5 %	15,2 %	15,5 %	17,7 %
Ind. des intermédiaires financ. & des assur.	3,6 %	3 %	2,6 %	2,5 %	3,7 %	5,4 %
Ind. des services immobi. & agences d'assur.	1 %	1,2 %	0,8 %	0,9 %	0,3 %	0,4 %
Industries des services aux entreprises	3,7 %	2,9 %	2,8 %	4,1 %	2,7 %	2,7 %
Industries des services gouvernementaux	4,7 %	4,4 %	9,7 %	3,9 %	4,7 %	4,5 %
Industries des services d'enseignement	8,1 %	7 %	7 %	5,8 %	8,4 %	9,7 %
Ind. des serv. de soins de santé & serv. soc.	0,75 %	9 %	10,7 %	7,5 %	12,2 %	13,3 %
Ind. de l'hébergement & de la restauration	7,3 %	7,7 %	7,7 %	6,7 %	8,8 %	5,9 %
Autres industries de services	6,7 %	5,5 %	5,3 %	6,4 %	5,5 %	6,4 %

Source: Statistique Canada, recensement 1992.

Le % de chaque secteur d'activité est calculé par rapport au total des industries de la municipalité

Le positionnement de Thetford Mines dans les Appalaches au milieu d'importants filons d'amiante, de Shawinigan/Grand-Mère au sein de la forêt boréale et de Granby au milieu des basses terres du Saint-Laurent explique la dominance et le fort développement de leurs activités spécifiques. À Drummondville, c'est la rivière St-François, qui historiquement, a attiré les industries manufacturières à la recherche d'énergie. Cette particularité s'est maintenue et développée au fil des années.

Drummondville semble se rapprocher de Granby sur le plan économique. Toutes les deux possèdent un taux de chômage similaire et un secteur d'activités secondaires et tertiaires comparables, contrairement à Shawinigan/Grand-Mère qui possède un très haut taux de chômage, peut-être dû au fait que son économie s'est longtemps appuyée sur l'industrie forestière. Les intervenants économiques et politiques de la région n'ont pas su diversifier et innover pour faire face aux nouveaux marchés.

Autre similitude entre Drummondville et Granby toutes deux sont les deux villes de la couronne intermétropolitaine à être le plus près du grand centre : Montréal. Ceci augmente leurs chances de bénéficier des retombées de Montréal.

L'économie drummondvilloise se situe au sommet des six villes intermétropolitaines tant par le nombre d'emplois créés dans ses industries que par la variété de ses secteurs d'activités. Nous pouvons tenter d'expliquer ce phénomène par sa localisation près du centre montréalais, à la jonction de deux autoroutes et par le fait qu'elle draine un vaste bassin de population rurale.

---

#### 4.3 L'ENVERS DE LA MÉDAILLE

---

Malgré sa situation géographique enviable et son économie en pleine croissance, la ville de Drummondville souffre d'un complexe de «laissée pour contre» créé par une ambiguïté de positionnement. En effet, d'un côté elle jouit d'une localisation favorable au centre du Québec. Son développement économique est grandement favorisé par la présence de deux grands axes routiers, qui lui ouvrent des opportunités d'échanges au Québec, au Canada et aux États-Unis. De l'autre côté, cette localisation lui enlève la chance d'obtenir des investissements stratégiques pour le développement de sa collectivité. Comme elle est située à mi-chemin des grands centres que sont Montréal, Québec, Trois-Rivières et Sherbrooke, son développement socio-communautaire et culturel en subit ombrage. Notamment, elle demeure souvent dans l'oubli quand vient le temps d'accorder des subventions pour le développement d'infrastructures nécessaires au bien-être de sa population.

Prenez par exemple le milieu de l'éducation drummondvillois. Étant donné que les étudiants(es) drummondvillois(es) possèdent un accès facile aux universités de Sherbrooke, Trois-Rivières et Montréal, pourquoi développer un campus universitaire à Drummondville<sup>10</sup>? La décision du gouvernement québécois, lors de l'implantation des centres universitaires reliés à l'Université du Québec, d'ignorer Drummondville vient en quelque sorte du fait que celle-ci jouit de la proximité de plusieurs universités. Toutefois, les universités de Montréal, Trois-Rivières, Sherbrooke et Québec répondent-elles aux besoins en matière de développement de la collectivité drummondvilloise ? Nous ne retrouvons pas de chaires propres au milieu drummondvillois comme celles sur l'exploitation du milieu forestier à l'UQTR, celle des ressources maritimes à l'UQAR ou celle sur les ressources minières à l'UQAT. Le même phénomène se produit au niveau collégial où les techniques sont diluées entre les cégeps de Drummondville, Saint-Hyacinthe, Granby, Trois-Rivières, Victoriaville et Sherbrooke, tous situés dans un petit périmètre. Ainsi, malgré la volonté de former une population aux besoins de la ville et de sa région, les drummondvillois voient leurs jeunes partir pour aller étudier à l'extérieur et dans bien des cas ne pas revenir.

C'est pour pallier ce problème que les décideurs et les institutions d'enseignement de la ville se battent pour garder un enseignement professionnel fort dans leurs polyvalentes, pour diversifier et innover en matière d'enseignement collégial. De plus, avec la création du Centre culturel, premier diffuseur de spectacle de la ville, de galeries d'arts et de festivals, la ville tente de développer l'intérêt de sa population pour sa culture et la culture en général.

---

<sup>10</sup> Drummondville est un satellite de l'UQTR, c'est pourquoi nous y retrouvons un centre de services de formation, mais il est très peu développé.

---

## CONCLUSION

---

Ainsi, il s'est créé à Drummondville au fil des ans et des événements une fierté industrielle, sociale et culturelle, qui est mise à profit dans le développement dynamique du milieu. Son bon positionnement dans le système urbain québécois, sa forte croissance économique et le dynamisme de ses intervenants et de ses gens d'affaires font de Drummondville un lieu d'étude intéressant pour mesurer l'appropriation et les impacts d'une nouvelle technologie de communication.

Nous avons choisi la ville de Drummondville comme terrain d'étude. Notre choix s'arrête sur l'agglomération urbaine, c'est-à-dire sur un point où la densité de la population est la plus forte et où se concentrent les services. Notre étude porte uniquement sur la ville de Drummondville et non sur l'ensemble de sa MRC et de sa zone d'influence. Les caractéristiques et les besoins du milieu rural étant différents de ceux de la ville, nous avons noté qu'il entre en ligne de compte trop de paramètres pour être en mesure de bien identifier le niveau de développement et les retombées d'Internet pour l'ensemble d'une région.

## CHAPITRE 5

### L'INTERNET DRUMMONDVILLOIS

La présence d'une ville sur Internet et l'ampleur qu'elle y prend sont révélatrices des préoccupations de ses organisations envers l'usage et la propagation de ce médium de communication. Dans notre étude, nous cherchons à dépeindre le portrait que prend une ville moyenne, Drummondville, sur l'Internet. Nous voulons cerner de quelle façon une ville moyenne s'approprie les usages liés à Internet et quelle importance ce nouveau médium prend comme outil de développement. Pour ce faire, nous avons répertorié et analysé tous les sites Internet se rapportant à Drummondville. Nous pensons que la présence de Drummondville sur Internet et l'usage qu'elle en fait peut être un bon indicateur de la place que prend cette nouvelle technologie de communication dans les habitudes de gestion des dirigeants d'entreprises et d'organismes de Drummondville. Les nouvelles opportunités qu'offre Internet aux organisations municipales leur permet de bénéficier du plus vaste éventail de connaissances et de visibilité (Langlois, 1995). Est-ce que dans le milieu drummondvillois on utilise Internet à cette fin ? C'est à cette question que nous tenterons de répondre en examinant les sites Web drummondvillois.

Nous voulons faire ressortir les types d'organisations les plus répandues sur l'Internet drummondvillois. Pour qualifier l'état du développement des sites et leur contenu, nous procéderons selon divers axes. Ces axes sont divisés en quatre catégories : une description sommaire de l'organisation, un exposé du contenu textuel et graphique du site, ainsi qu'une analyse du déploiement du site, des interactions et des hyperliens qu'on y retrouve. Certains auteurs qualifient Internet comme étant un outil permettant une grande ouverture sur le

monde (Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, Québec, 1995, Bernal, Stuller, Sung, 1991). Nous chercherons à voir de quelle façon les organisations drummondvilloises exploitent cette facette d'Internet par le biais des liens qui se créent entre les sites de la ville et avec les sites de la province et du monde. De plus, nous tenterons de définir de quelle manière ces sites mettent Drummondville en valeur.

---

## 5.1 LE CONTENU DU WEB DRUMMONDVILLOIS

---

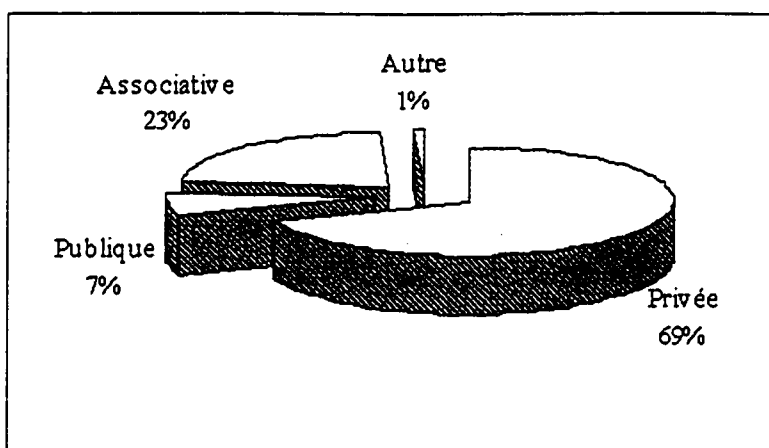
La recension et l'analyse des sites Web se rapportant à la ville de Drummondville nous permettent de dégager un portrait d'ensemble de l'Internet, tel que développé et utilisé au sein des entreprises et des organismes drummondvillois. Les 127 sites que nous avons dénombrés et étudiés nous donnent un aperçu des buts et objectifs poursuivis par les organisations de la ville. De plus, nous pouvons mieux qualifier et quantifier les moyens utilisés par les entreprises et organismes de Drummondville pour se doter d'une image sur le Web. Dans les paragraphes qui suivent nous vous présentons ce portrait du Web drummondvillois sous forme de tableaux statistiques et d'analyses de résultats.

### 5.1.1 LE DOMAINE DE L'ENTREPRISE PRIVÉE

Dans l'analyse de ces sites, il ressort clairement que certains producteurs sont nettement plus représentés que d'autres sur le Web drummondvillois. Comme le démontre la Figure 1, près de 70 % des sites recensés proviennent d'entreprises privées. Les agences gouvernementales et autres organisations du secteur public et les organismes du milieu associatif sont beaucoup moins nombreux : 7 % seulement des sites recensés émanent du secteur public alors que 23 % sont le produit du secteur associatif. Les premières sont certes

relativement peu nombreuses en région, dont les seules instances publiques hormis celles du palier municipal ou scolaire ne constituent en fait que des relais des centres de prise de décision localisés dans la capitale. Quant aux secondes, elles sont très souvent à la remorque de subventions ou de dons pour des projets tels ceux reliés au développement d'un site Web. Faute de ressources pour créer un site à leur image et reflétant leurs objectifs et ceux de leurs membres, ces organisations sont peu présentes sur Internet.

Figure 1 : Répartition des sites selon le type d'organisation



Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997.

Les entreprises privées s'accaparent presque entièrement l'Internet. L'utilisation qu'elles en font reflète directement leur raison d'être : le Web est pour elles un outil de marketing, et elles s'en servent uniquement ou presque, pour faire connaître leurs produits. En fait, plusieurs sites issus du secteur privé ne sont qu'une page Web qui fait office de canal publicitaire. L'entreprise privée utilise le Web pour augmenter son rayonnement, et accéder à de nouveaux marchés et clientèles. Cette idée est aussi soutenue par les textes de Bernal et al. (Bernal, Stuller et Sung, 1991) qui maintiennent que l'utilisation du Web s'avère avantageuse pour les entreprises privées car il leur crée un nouveau moyen publicitaire et leur

ouvre la porte sur de nouveaux marchés. Des entrevues menées dans le cadre d'une deuxième étape de la recherche nous ont appris que les entreprises n'attendent pas de cette présence sur le Web des retombées immédiates. On apprivoise le Web dans une perspective de développement à moyen et à long terme : comme il n'y a encore que peu de consommateurs - individus, entreprises - qui naviguent sur le Web, le but recherché aujourd'hui par les entreprises est de développer une expertise que sera mise à profit quand les usages de l'autoroute de l'information seront plus répandus.

#### 5.1.2 UNE PRÉSENCE PLUS MARQUÉE DE CERTAINS SECTEURS D'ACTIVITÉ

En nous basant sur le classement du ministère de l'Industrie et du Commerce (1971), nous avons divisé les 127 sites étudiés selon l'activité économique principale de leur organisation. Le tableau 2 nous donne la répartition des sites selon ces secteurs d'activités.

##### DOMINANCE DES SERVICES SOCIOCULTURELS

Les services socioculturels occupent plus de 60 % de l'espace virtuel drummondvillois. Parmi ces services, ce sont les services aux entreprises (22 %), les services de divertissement et loisirs (20 %) et les services d'hébergement et de restauration (19 %), qui sont les plus représentés sur la toile drummondvilloise. Ce qui se comprend aisément, ces organisations étant celles qui ont le plus à gagner à développer de bons canaux d'information pour faire connaître leurs produits. Le Web leur permet de se doter d'un outil de promotion supplémentaire et de rejoindre de futurs clients branchés.

Tableau 2 : Répartition des sites selon leur secteur d'activités économiques

Secteurs d'activités économiques	nb absolu	%
Agriculture, forêt, chasse et pêche, mines	2	1,6
Industries manufacturières	7	5,5
Bâtiments et travaux publics	1	0,8
Transport et communication	3	2,4
Commerce	13	10,2
Finances, assurances et affaires immobilières	5	3,9
Services sociaux	9	7,1
Administration publique et défense	4	3,1
Autre	6	4,7
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100,0</b>

Industries manufacturières	nb	%
industries du bois	1	0,8
fabrication de produits en métal	3	2,4
fabrication de machines	1	0,8
fabrication d'équipements de transport	1	0,8
industries manufacturières diverses	1	0,8

Commerce	nb	%
détail	13	10,2
gros	5	3,9

Services sociaux	nb	%
enseignement et services annexes	11	8,7
services médicaux et sociaux	10	7,9
divertissements et loisirs	16	12,6
services aux entreprises et municipalités	18	14,2
services personnels	2	1,6
hébergement et restauration	15	11,8
services divers	9	7,1

Source: Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997

## COMMERCES SUR INTERNET

Une proportion non négligeable de sites - 14 % - émanent du secteur commercial. Ce sont encore ici de toute évidence les attributs promotionnels d'Internet qui incitent les entreprises à se doter d'une page ou d'un site sur le Web. En effet, dans 75 % des cas rencontrés, les sites du secteur commercial sont développés sous forme de pages publicitaires similaires à celles qu'offrent journaux et revues. Il est clair que les entreprises du secteur commercial sont loin d'exploiter les capacités d'Internet. La faible proportion d'entre elles ayant pignon sur rue sur le Web laisse à penser que la place d'Internet dans les habitudes de marketing des commerçants reste à développer.

Quelques entreprises commerciales se servent de leur site Web pour améliorer leur service à la clientèle. On y retrouve des informations spécifiques à leurs clients comme l'état de leurs comptes, des coupons rabais à imprimer, etc. Prenez par exemple le site Web de

l'entreprise Toyota Drummond (<http://www.9bit.qc.ca/~toyota>), qui permet au propriétaire d'une voiture achetée au garage de suivre l'état de son dossier d'entretien, de prendre des rendez-vous et de commander des pièces. La proportion de sites Web offrant ce service est minime (2 %), pourtant c'est ici qu'apparaissent plusieurs avantages du Web et certaines tangentes que peut prendre le commerce électronique.

#### INDUSTRIES VIRTUELLES

L'industrie manufacturière n'est pas absente du Web drummondvillois. Malgré la faible proportion de sites - 5,5 % - qui émanent du monde de l'industrie, nous retrouvons quand même certaines industries locales sur le Web. La majorité des sites offrent de bonnes descriptions des produits offerts, et ils incluent souvent des photos de ceux-ci. Le vocabulaire utilisé, très technique dans certains cas, nous indique que ce sont des sites qui s'adressent à une clientèle particulière et non à un large public. L'utilisation du Web comme canal publicitaire par les entreprises manufacturières drummondvilloises reste tout de même limitée sur le plan du nombre d'entreprises impliquées. Ceci est d'autant plus surprenant que la région est connue pour son dynamisme industriel. Nous pensons que l'utilisation d'Internet au sein des entreprises manufacturières drummondvilloises reste à promouvoir pour que ces entreprises puissent saisir les opportunités que leur offre Internet et le développement d'un site Web.

Un bon exemple de site d'entreprises manufacturières, qui s'affiche sur le Web est celui de la compagnie Matritech inc. (<http://www.sympatico.ca/matritech.inc/>). Par son site, cette entreprise, de fabrication de produit en métal, a la possibilité de se faire connaître ainsi

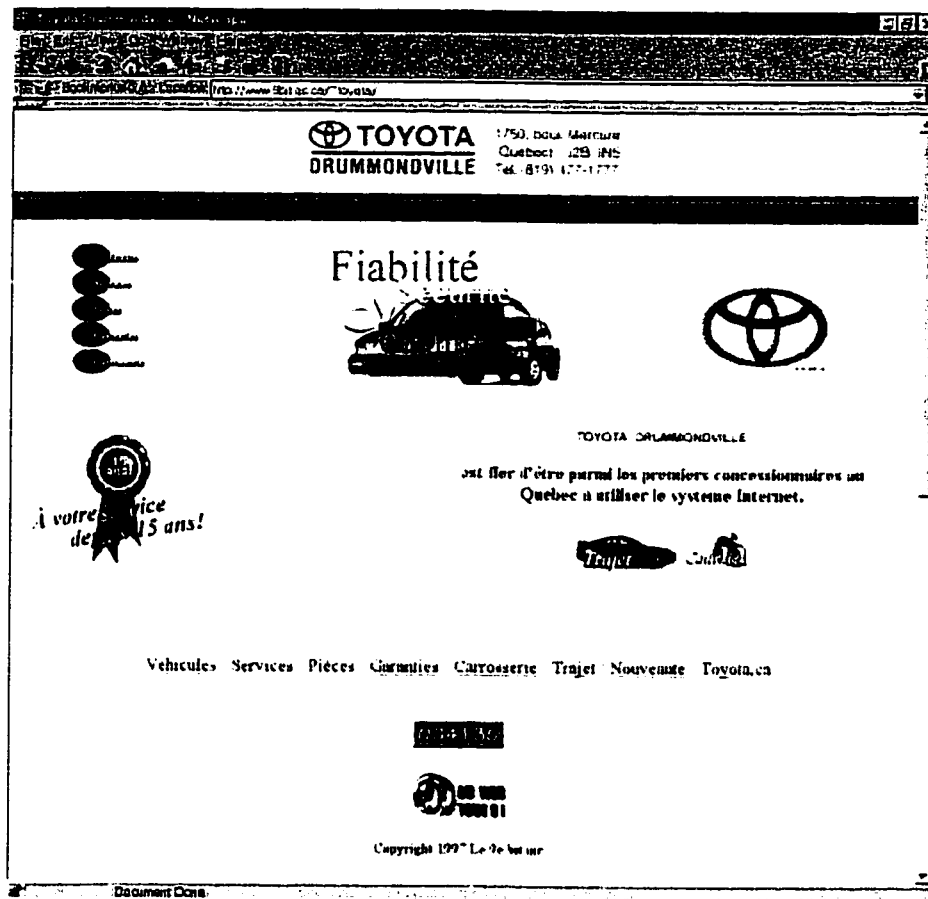
que ses produits, de créer de nouveaux contacts avec des entreprises qui utilisent son produit et qui recherchent des sous-traitants et de trouver des employés via des offres d'emplois.

#### MUNICIPALITÉ BRANCHÉE

Le secteur de l'administration publique locale s'est aussi trouvé un créneau sur Internet. En effet, nous avons recensé quatre sites Web émanant du milieu local. La Ville de Drummondville possède son propre site Web (<http://www.drummond.com/ville/index.htm>) où elle dresse un portrait très positif de ses atouts. Ce site fait la promotion de Drummondville en dressant un portrait touristique non seulement de la ville, mais aussi de la région. Il énumère et caractérise les fêtes et festivals qui se produisent sur le territoire ainsi que certains attraits touristiques. De plus, il offre un répertoire des entreprises drummondvilloises tout en vantant les mérites de son secteur industriel. Selon le responsable du site Web de Drummondville, le but ultime du site de la Ville serait de relier tous les sites Web des organisations du milieu. En ce qui concerne le centre-ville (<http://centre-ville.dr.qc.ca/>) la construction de son espace virtuel n'est pas terminée. Le site de la Commission scolaire (<http://csdeschenes.qc.ca/>) est à peine développé, bien qu'il permette de rejoindre la seule école primaire de la ville présente sur le Web. La MRC Drummond est le principal acteur local sur le Web : plus qu'une vitrine d'information sur l'organisme et ses activités, le site de la MRC (<http://www.cdummond.qc.ca/mrc/>) présente diverses références en matière municipale en plus d'être une porte d'entrée vers les municipalités qui la composent.

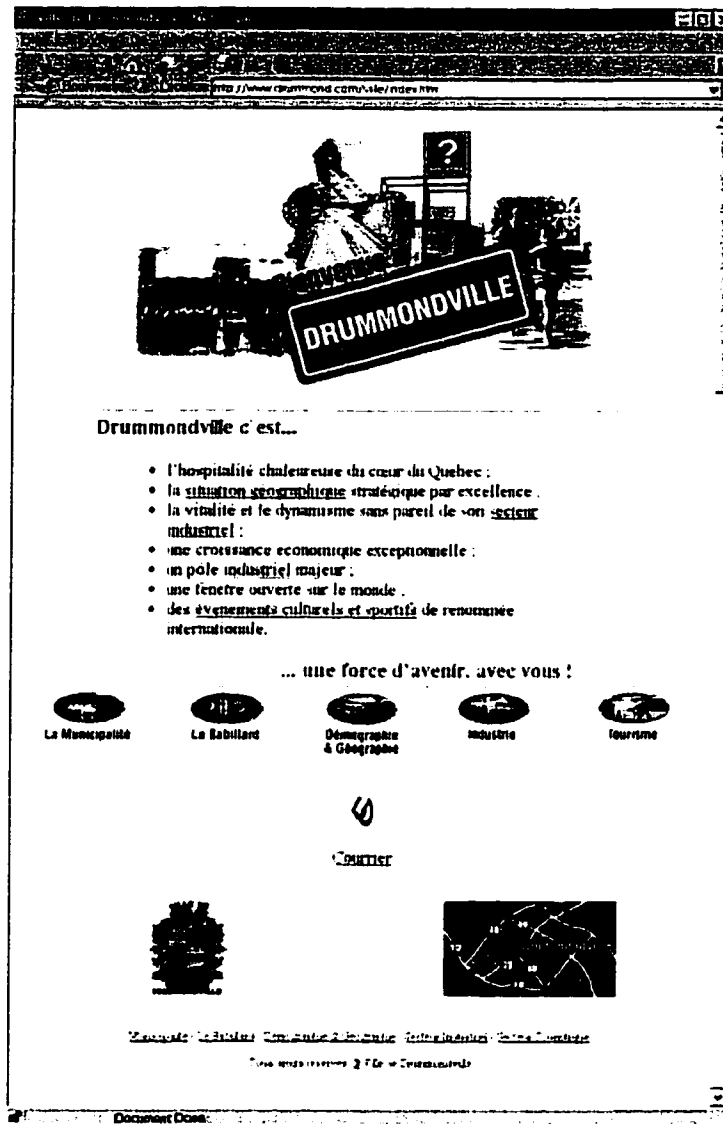
L'examen de ces quatre sites révèle une appropriation très inégale du Web par les organismes publics locaux. Ce qui invite à la plus grande prudence dans la formulation d'hypothèses des effets socio-spatiaux de l'Internet sur des villes telles que Drummondville. Nous sommes loin de la réalisation des attentes que la sphère politique formule face à Internet. Laramée (1991) émet l'hypothèse que la population aurait une plus forte participation et pourrait exercer un plus grand pouvoir décisionnel, ce qui ne se reflète nullement dans les sites Web de l'administration publique drummondvilloise. Peut-être est-ce dû à la faible proportion de citoyens «branchés» et connaissant les possibilités offertes par le Web ? Il nous semble qu'il reste encore une culture à développer.

Figure 2 : Le site Web de Toyota Drummond



Source : Le 9e bit inc., « Toyota Drummondville », <http://www.9bit.qc.ca/~toyota/>, 1998

Figure 3 : Le site Web de la Ville de Drummondville



Source : Drummondville. « Ville de Drummondville », <http://drummond.com/ville/index.htm>, 1998

### 5.1.3 UNE UTILISATION LIMITÉE

Notre attention s'est aussi portée vers ce qu'exposent les sites et la façon dont ils transmettent le contenu aux usagers du Web. Nous avons ainsi analysé le contenu de chacun

des sites Web, c'est-à-dire l'information livrée et le format graphique (les outils visuels utilisés). Dans plus de 90 % des cas, les sites ne présentent qu'une information de base sur les biens et services offerts par l'organisation, en plus de son adresse civique, numéro de téléphone, etc. Le Web sert ainsi le plus souvent de simple vitrine pour les entreprises du milieu, qui s'en servent pour se faire voir par les usagers de l'Internet.

Les exemples de ce type d'usage abondent. Les sites du Restaurant Saigon (<http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/saigon>) et de la Clinique Pierre Trudel (<http://www.9bit.qc.ca/webcom/chiro-clinique/>) peuvent être consultés pour en voir les principales caractéristiques au plan du contenu : ce sont des sites développés sur une seule page; l'adresse civique est mise en évidence; la description des services offerts est courte et précise. Ces sites représentent bien la moyenne des sites drummondvillois. Le site de Rose Drummond (<http://www.9bit.qc.ca/webcom/rosedrummond/>) pour sa part est plus élaboré : son contenu descriptif inclut une diversité d'information sur le produit offert; il est développé avec des intraliens; il est bilingue; et l'organisation y propose un rabais de 10 % aux clients internautes.

Le contenu graphique vient appuyer la fonction promotionnelle privilégiée dans les sites drummondvillois. La couleur et les photos sont monnaie courante, l'objectif premier étant de capter l'attention de l'utilisateur, avant qu'il soit porté à se déplacer sur la toile. Les organisations cherchent ici, par le biais des illustrations, à reproduire les formats qui prévalent dans la publicité traditionnelle, si bien que les deux médias diffèrent somme toute fort peu.

#### 5.1.4 LE DÉVELOPPEMENT

Parmi les variables étudiées, nous avons retenu le nombre de pages et le niveau de construction des sites. Le tableau 3 nous démontre que la taille des sites suit deux tendances bien distinctes. En effet, 44 % des sites répertoriés ne sont en fait qu'une page d'accueil (page Web) contrairement à 43 % des sites qui sont développés sur plus de cinq pages. Ce qui laisse croire que dans le premier cas, les organisations se servent d'Internet comme d'un outil de promotion sur lequel elles véhiculent le strict minimum d'information sur leurs produits et/ou services comme dans une «publicité papier». Dans le deuxième cas, il semble que les organisations élaborent sur leurs caractéristiques ainsi que sur celles de leurs produits et/ou services. Ces sites contiennent plus d'information adressées à la clientèle habituelle et nouvelle.

Par ailleurs, 18 % des sites recensés sont en construction complète ou partielle. Les sites en construction complète sont des sites qui ne possèdent qu'une seule page sans contenu. Pour leur part, les sites en construction partielle possèdent un certain contenu et des intraliens nous dirigent vers d'autres contenus sans que ceux-ci soient réellement définis.

Le nombre de sites en construction peut signifier deux choses : soit un manque de ressources financières et humaines pour que les organisations puissent élaborer leurs contenus ou un renouvellement continu des informations sur les sites. D'après ce que nous avons observé, le manque de ressources est l'obstacle majeur du développement des sites et de leur suivi.

Tableau 3 : Répartition des sites selon leur nombre de pages et leur développement

NOMBRE DE PAGES/ÉTATS DE DÉVELOPPEMENT	NBRE. ABSOLU	%
<b>Page d'accueil seulement</b>	<b>56</b>	<b>44,1</b>
<i>En construction partielle</i>	<i>5</i>	<i>8,9</i>
<i>En construction complète</i>	<i>2</i>	<i>3,6</i>
<b>1 à 4 pages</b>	<b>16</b>	<b>12,6</b>
<b>5 pages et plus</b>	<b>55</b>	<b>43,3</b>
<i>En construction partielle</i>	<i>16</i>	<i>29,1</i>
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

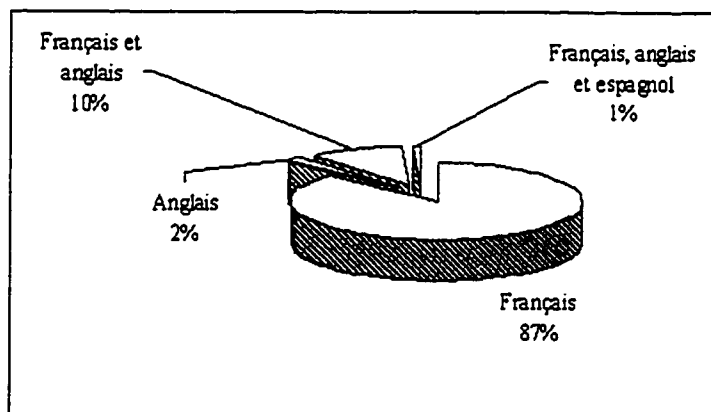
Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997

### 5.1.5 EN FRANÇAIS PRESQUE EXCLUSIVEMENT

Comme nous pouvons le constater à la figure 4, parmi nos 127 sites à l'étude, plus de 85 % sont uniquement élaborés en français. Étant donné que la population de la région drummondvilloise est francophone dans une proportion de plus de 95 %<sup>11</sup>, cette caractéristique nous laisse croire que la majorité des sites lui sont adressés. Tout comme ils sont accessibles à l'ensemble de la population québécoise de langue française. C'est auprès de cette population francophone que les organisations font la promotion de leurs biens et services. En effet, dans bien des cas, les produits et/ou les services offerts via Internet sont difficilement exportables en dehors du rayonnement de l'organisation, parce qu'ils sont trop communs ou parce que les moyens de distribution sont inadéquats. Nous n'avons pas vu la nécessité de faire au sein des organisations de la promotion bilingue via leur site Web. C'est peut-être là une problématique que les organisations drummondvilloises devront résoudre si elles veulent s'ouvrir au commerce électronique sur une plus vaste échelle. Elles ont encore la possibilité de s'adapter, car comme nous l'avons vu précédemment le commerce électronique n'est pas développé à son plein potentiel, mais elles ne doivent pas tarder.

Certaines organisations du milieu sont en meilleure posture. En effet, nous retrouvons 11% des sites Web drummondvillois qui sont bilingues ou trilingues (seulement le site du Festival Mondial de Folklore (<http://www.drummond.com/folklore/index.htm>) dans ce cas-ci). Les sites bilingues élargissent le marché des organisations. Nous retrouvons la moitié des sites bilingues dans les organisations de services de divertissements et loisirs et de services d'hébergement et de restauration. Pour elles, le Web sert à attirer le tourisme dans la région.

Figure 4 : Les sites selon la langue utilisée

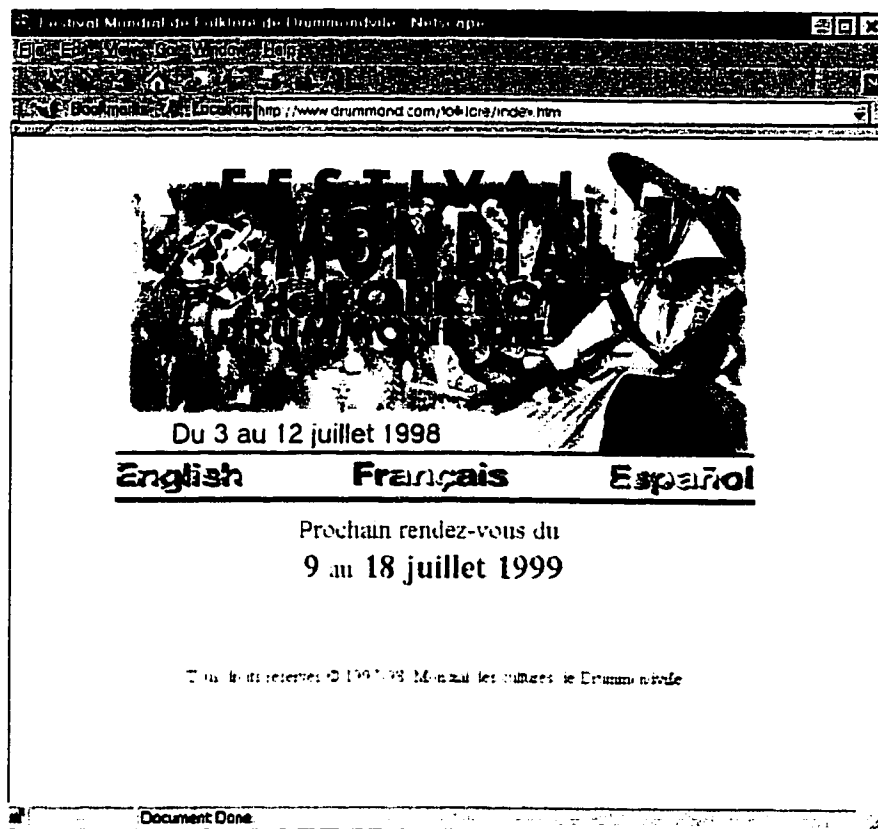


Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997

---

<sup>11</sup> Statistique Canada, recensement de 1991.

Figure 5 : Le site Web du Festival Mondial de Folklore du Drummondville



Source : Mondial des cultures de Drummondville, « Festival Mondial de Folklore de Drummondville », <http://www.drummond.com/folklore/index.htm>, 1998

#### 5.1.6 UNE PORTE VERS LE MILIEU

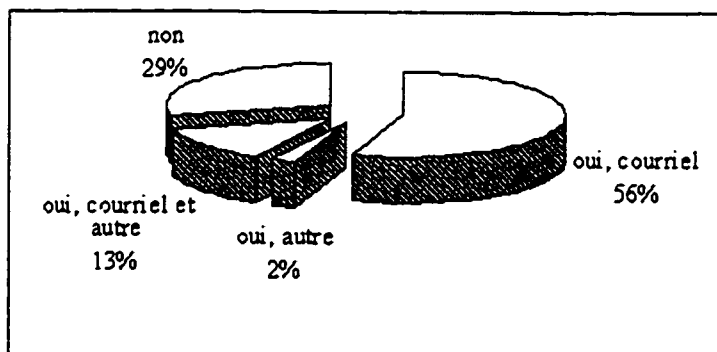
Le fait que la majorité des sites soient uniquement francophones et qu'ils exploitent qu'une infime partie des possibilités d'Internet nous montre que l'information sur la ville et la région véhiculée vers l'extérieur via le Web reste limitée. En analysant les ouvertures offertes par les organisations via les liens de leur site Web vers d'autres sites Web, nous avons pu constater néanmoins qu'Internet représente un apport pour Drummondville. Il offre en

effet à la population drummondvilloise et aux internautes de l'extérieur de la région des occasions de communiquer avec les organisations locales.

#### COMMUNIQUER VIA INTERNET

Les possibilités d'interactions entre les organisations et les usagers, via un site sur Internet, et les opportunités d'ouverture sur le monde, qu'offrent certains sites par des hyperliens, sont de bons indicateurs des possibilités de développement des sites sur Internet. L'interaction au sein des sites donne une possibilité de plus aux usagers de communiquer leurs opinions, leurs idées et leurs questions, ce qui favorise une plus grande participation de leur part dans le milieu. Comme nous le démontre la figure 6, près de la moitié des sites Web drummondvillois offrent la possibilité aux internautes de communiquer avec eux par courriel.

Figure 6 : Les sites selon leurs possibilités d'interaction

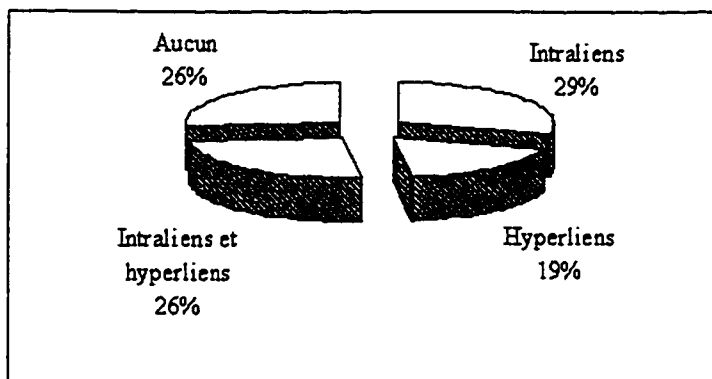


Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997.

## LIENS AVEC L'EXTÉRIEUR

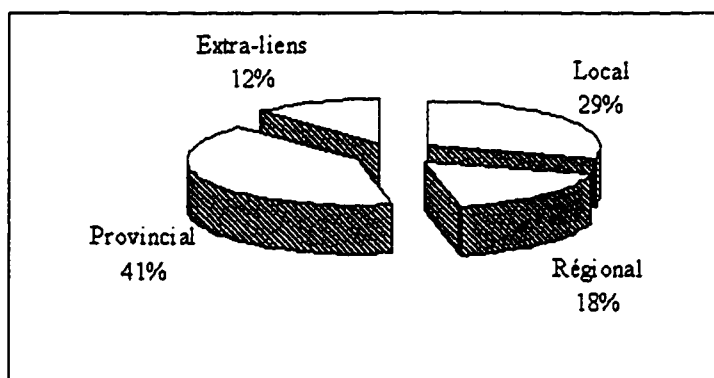
La présence d'hyperliens est un autre indicateur des possibilités offertes par Internet à l'échange et à la communication. Nous avons remarqué qu'un site sur deux - plus exactement 45 % des sites recensés - offrent aux internautes la possibilité de naviguer vers d'autres sites. Ils constituent ainsi des portes d'entrée pour l'utilisateur vers des sites leur permettant d'élargir l'information reçue. La figure 7 nous montre la répartition des sites selon les liens et les intraliens qu'ils possèdent. Une grande proportion de ces sites - plus de 40 % - offre la possibilité de naviguer vers des sites locaux. Dans 65 % des cas, les hyperliens des sites drummondvillois renvoient vers des sites provinciaux. Comme l'expose la figure 8, à peine 20 % des sites mènent vers l'extérieur du Québec, ce qui montre que l'Internet drummondvillois n'offre que peu d'occasion d'aller au-delà des frontières du Québec. Ceci s'explique peut-être par le fait que les promoteurs de sites, majoritairement francophones, considèrent que leurs usagers sont d'abord intéressés à des sites possédant du contenu francophone. Ils les dirigent donc plus naturellement vers d'autres sites québécois que vers des sites produits à l'extérieur du Québec. Le site du 9e bit (<http://www.9bit.qc.ca>) est un bon exemple de site qui sert de porte d'entrée vers d'autres sites. Un débutant peut facilement se servir de ce site pour s'initier à la recherche sur Internet, tout comme un client de l'entreprise peut y trouver de l'information sur celle-ci.

Figure 7 : Répartition des sites selon leurs liens



Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997

Figure 8 : La géographie des hyperliens



Source : Données recueillies lors du recensement des sites novembre et décembre 1997

---

## 5.2 DRUMMONDVILLE S'APPROPRIE-T-ELLE RÉELLEMENT INTERNET ?

---

### FAUSSE IMAGE

Au départ, des sites recensés pour Drummondville donnent l'impression qu'il y a un développement important de l'Internet drummondvillois. Le portrait général qui se dégage toutefois de notre analyse est que le Web est surtout réservé à certains types d'utilisations : les entreprises vendant des services sont les plus présentes, dans un but promotionnel dans

la majorité des cas. Alors que les PME manufacturières sont en très forte croissance dans la ville (Turenne, 1997), très peu se retrouvent sur la toile drummondvilloise. Le secteur public a certes sa place, mais l'information qu'il permet de diffuser reste limitée. Le commerce électronique, les forums de discussions, la formation en ligne sont pratiquement totalement absents de l'Internet drummondvillois. En fait celui-ci semble s'être développé, pour le moment du moins, que superficiellement en maximisant ses percées dans les facettes les plus connues. La façon de faire des organisations est similaire à celle qu'elles emploient dans les médias traditionnels.

L'ouverture sur le monde qu'offre le Web semble inexploitée : très peu de sites sont bilingues, très peu offrent des hyperliens vers des sites extérieurs au Québec, etc. Néanmoins plusieurs sites offrent la possibilité aux internautes de communiquer avec l'organisation qui les produisent.

#### DÉVELOPPEMENT EMBRYONNAIRE

À partir de ces constatations pouvons-nous affirmer que les organisations drummondvilloises se sont appropriées Internet ? Ce serait prématuré de l'affirmer, la plupart des organisations s'affichant de manière plutôt timide sur le Web. Les intervenants des différents milieux expérimentent la technologie en privilégiant d'abord les usages qui se rapprochent le plus de ceux offerts par les médias avec lesquels ils sont familiers. Si beaucoup d'idées et de projets circulent à propos d'Internet, peu semblent avoir encore pris forme. Il nous semble que l'utilisation d'Internet est restreinte à Drummondville, que derrière l'image projetée par les pages et les sites Web de certaines organisations, il y a peu de contenu.

Quand nous regardons du côté des PME manufacturières et des nombreux avantages qu'elles auraient à être sur Internet tel que le positionnement sur des marchés extérieurs à la ville, la recherche de contrats, l'échange d'information et de données avec des entreprises similaires à la leur, le suivi à la clientèle, etc. les sites ne reflètent en rien ces utilisations. Il est vrai qu'une entreprise peut se servir d'Internet sans avoir un site, qu'elle peut avoir développé des intraliens avec ses succursales et des extraliens avec ses fournisseurs et clients sans s'afficher au grand public via un site. Mais dans bien des cas le développement d'un site sur Internet est le début de son utilisation, car il reflète la volonté d'une entreprise à utiliser ce nouveau médium. De plus, il est le médium à la mode présentement; toutes les entreprises qui veulent se démarquer et innover se positionnent sur l'Internet pour améliorer leur image.

#### PROMOUVOIR L'INTERNET

Nous pensons que pour qu'Internet devienne un outil important dans la croissance des PME, il faudrait que les intervenants dans le domaine du développement en fassent la promotion et le rendent accessible aux nouvelles PME. Pour ce faire il devrait avoir au sein des localités la création de mesures facilitant l'appropriation d'Internet tel que des diminutions des coûts, des partages d'installations, etc. De plus, les intervenants devraient promouvoir les avantages pour une entreprise à être sur le Web et les manières de faire concorder le développement d'Internet au développement de la municipalité.

Selon nous, la question d'Internet dans les entreprises devrait être débattue dans des forums de discussion et devenir un critère de développement au sein des tables de concertation. Les entreprises qui sont déjà sur le Web devraient être identifiées comme étant

des leaders dans le domaine et faire connaître les avantages d'Internet pour entraîner d'autres entreprises dans leur sillon.

Le développement d'Internet n'est pas uniquement favorable aux PME, il peut devenir aussi un enjeu pour toutes les organisations de la ville, car il permettrait à celles-ci de se démarquer en démontrant un visage innovateur et original à l'avant-garde des technologies de communications. Tout en étant sur le Web pour ses propres affaires, une organisation fait du même coup la promotion de Drummondville, de ses caractéristiques et de ses atouts.

C'est pourquoi l'administration de la Ville devrait, selon nous, elle aussi favoriser l'implantation d'Internet au sein de ses organisations, tout en favorisant l'accessibilité à sa population. Il doit y avoir des investissements dans un contenu de qualité, représentant le visage drummondvillois au même titre que celui des organisations. Un contenu axé sur la population et les organisations stimulerait l'intérêt de travailler avec ce nouveau médium, tout comme il pourrait mousser la fierté des Drummondvillois à être présents sur Internet.

---

### 5.3 LIMITES DE L'ANALYSE

---

Dresser le portrait du Web drummondvillois s'est avéré difficile. Le manque de références et d'ouvrages sur lesquels nous appuyer pour définir nos critères d'analyse a été la difficulté majeure. Une étude similaire sur l'ensemble des sites Web québécois est en train de se réaliser à l'Université Laval (Andrée Fortin, 1998). Les critères de classification et d'évaluation des sites employés sont fort similaires aux nôtres. Nous avons dû expérimenter et concevoir plusieurs grilles d'analyses avant de faire notre choix. Les critères que nous avons retenus sont les principaux points du développement d'un site. Ils sont primordiaux

pour dresser des points de comparaison entre les diverses organisations s'affichant sur Internet.

Nous ne pouvons catégoriser de façon définitive l'Internet drummondvillois. Nous avons dégagé un portrait de l'ensemble de son développement à un moment dans le temps. La rapidité avec laquelle les changements surviennent dans ce domaine nécessiterait de constantes observations et analyses. Nous avons figé notre étude dans le temps. Ainsi peut-il se produire de légères modifications entre le moment où nous avons recensé les sites et notre analyse finale. Il serait intéressant de réaliser une observation sur une longue période pour mesurer la croissance et les fluctuations des sites Web.

Nous avons relevé les défis méthodologiques qui se présentaient à nous pour faire émerger des pistes de réponses quant à l'utilisation et au développement d'Internet dans une municipalité. Nous pouvons dire qu'à l'heure actuelle les organisations drummondvilloises apprivoisent et testent Internet. Un deuxième volet de notre recherche, axé sur les perceptions qu'ont les intervenants drummondvillois des potentialités des nouvelles technologies d'information et de communication, nous permet de mettre en lumière les espoirs placés en elles, ainsi que les barrières qui semblent le plus freiner un développement d'Internet qui soit à la mesure des attentes. Celles-ci restent nombreuses, même dans un milieu intermétropolitain en pleine croissance tel celui de Drummondville. D'où l'hésitation que nous avons à nous aventurer très loin dans la prévision d'effets socio-spatiaux d'Internet sur le développement des villes et des régions.

## CHAPITRE 6

### L'INTERNET TEL QUE PERÇU ET VÉCU

Pour bien saisir les possibilités du développement d'Internet à Drummondville, nous avons réalisé une série d'entretiens avec des intervenants du milieu. Ces entretiens avaient de multiples objectifs :

- 1) connaître le degré d'utilisation et d'appréciation d'Internet comme outil de travail et de communication;
- 2) échanger sur les volontés et possibilités du milieu concernant le développement d'un contenu drummondvillois sur le Web;
- 3) cerner les opinions des intervenants sur les impacts d'Internet en matière de développement local.

Nous avons rencontré 16 intervenants d'organisations publiques et privées. Ces personnes sont : des directeurs d'organismes et d'associations communautaires, sociales et économiques, qui possèdent un site Web et font la promotion d'Internet auprès de leurs membres. Ils sont aussi des directeurs d'entreprises s'affichant sur le Web et offrant des services de consultations en création et en hébergement de pages et sites Web. Toutes nos informations proviennent d'opinions et de perceptions, elles ne sont pas établies sur des faits, mais bien sur la façon dont les intervenants rencontrés perçoivent Internet.

Nous avons recueilli les opinions de nos interlocuteurs grâce à deux grilles d'entrevue (Annexes 3 et 4). Ces grilles, comme nous l'avons détaillé au chapitre 3, sont divisées en

quatre sections : description de l'organisation, portrait de sa présence sur le Web, les impacts d'Internet au sein de l'organisation et les prédictions des intervenants concernant le développement futur de l'Internet drummondvillois.

Notre travail dans le milieu nous a permis de faire ressortir les tendances générales qui se dégagent de l'opinion des intervenants sociaux, économiques et culturels drummondvillois. Dans ces grandes lignes, celle-ci est similaire indépendamment du milieu d'intervention. Quelques points spécifiques sont toutefois amenés selon les particularités propres à chacun des intervenants. Dans le chapitre qui suit nous faisons ressortir les points forts de nos entretiens tout en précisant les nuances que nous avons relevées dans les propos de chacun des groupes d'intervenants.

Pour bien exposer les opinions des intervenants rencontrés nous avons divisé notre chapitre en quatre parties. La première porte sur Internet et les habitudes de la population drummondvilloise. Dans la seconde nous discutons de l'influence d'Internet au sein des organisations drummondvilloises. Troisièmement nous abordons la place qu'occupe Drummondville au sein du Web québécois. Nous terminons avec les opinions des intervenants concernant le rôle que pourrait jouer Internet au service du développement local.

---

### 6.1 LES DRUMMONDVILLOIS ET INTERNET

---

La majorité des intervenants rencontrés sont d'avis qu'Internet n'est pas utilisé à sa pleine capacité par la population drummondvilloise. Ils expliquent ce phénomène par une carence en information sur cette nouvelle technologie au sein de la population. Cette carence est

doublée de fausses représentations des usages reliés à Internet. Pour bien des gens, Internet n'est que le prolongement de jeux électroniques et informatiques. De plus, ils sont d'avis que l'accès à Internet est encore limité à un groupe restreint de la population.

Nos interlocuteurs nous ont suggéré des solutions pour augmenter le nombre d'utilisateurs drummondvillois sur le Web. Tous sont du même avis en ce qui concerne les solutions, mais on se renvoie la balle concernant les responsabilités attribuées à chacun pour remédier au problème.

#### 6.1.1 FORMER

Le verdict est unanime : les gens connaissent mal les utilités d'Internet. Il est donc difficile de répondre à leurs besoins puisque la majorité d'entre eux ne peuvent les identifier concrètement ces utilités. La formation doit se faire avant tout en informatique. Les gens doivent acquérir des informations de base et apprendre à manipuler un ordinateur avant de pouvoir naviguer sur le Web et d'utiliser correctement les multiples facettes d'Internet. Plus les gens seront outillés dans le domaine de l'informatique, plus ils surmonteront les barrières créées suite à l'arrivée d'une nouvelle technologie, tel qu'Internet. Les opinions sont unanimes : il faut laisser le temps aux gens d'assimiler la technologie et de développer leurs aptitudes, pour ainsi accroître leur intérêt à naviguer.

#### FAIRE CONNAÎTRE

Selon les intervenants rencontrés, l'école est le premier lieu où la population va chercher de l'information et développe son intérêt pour l'informatique et Internet. Dans bien des cas l'ordinateur et le branchement à Internet entrent dans un domicile par le biais des jeunes. Ce

sont eux qui poussent la curiosité de leurs parents. On est d'avis que pour bien des familles l'achat d'un ordinateur fait suite aux demandes des jeunes initiés et la première raison d'un tel achat est l'accès à Internet. Nous avons pu apprendre que les parents favorisent la mise sur pied de laboratoires d'informatique dans les écoles dans le but de pouvoir en bénéficier à leur tour.

Dans la même ligne de pensée, les endroits publics, tels que la bibliothèque et les centres communautaires doivent eux aussi développer les connaissances et les intérêts de la population en donnant des ateliers d'information, un peu à la manière des ateliers donnés par certains commerçants de produits informatisés, mais adaptés à une large clientèle.

#### CRÉER UN BESOIN

Une fois la population informée et apte à naviguer, les intervenants sont d'avis qu'ils doivent créer un besoin et stimuler l'usage. En effet, Internet n'est pas encore dans les habitudes de consommation et d'information des gens. Les intervenants des différents milieux croient qu'ils doivent inciter les gens à aller chercher de l'information sur Internet. Pour ce faire, ils insèrent dans leur publicité papier l'adresse Internet de leur site; ils tentent de développer leur site de façon à y regrouper des informations; ils réfèrent la population à leur site lorsque celle-ci fait des demandes d'information. C'est ainsi, par des moyens détournés, que l'on tente de développer l'intérêt de la population drummondvilloise pour Internet.

### 6.1.2 PHÉNOMÈNE MAL PUBLICISÉ

Le manque d'information et de formation au sein de la population et des entreprises laissent ceux-ci vulnérables aux idées véhiculées par les médias concernant Internet. De l'avis de tous les intervenants, les idées de consommation à distance, de recherche rapide et facile sur Internet, de diffusion d'information de façon universelle, de communication sans limites, etc. soulevées par de nombreux chercheurs (Adams et al. , 1991, Harvey, 1995, Laramée, 1990) créent l'illusion d'un outil «miracle». Les gens sont enthousiastes face à l'utilisation de ce nouveau médium, mais après quelques heures de navigation ardue pour un piètre résultat de recherche, cet engouement diminue et les gens sont déçus.

C'est pour éviter ce désenchantement que les intervenants de tous les milieux doivent rendre plus terre à terre les usages reliés à Internet. Ils doivent donner l'opportunité à la population et aux entreprises de connaître le vaste éventail des possibilités d'Internet sans toutefois les idéaliser. Les gens rencontrés trouvent déplorable le fait que certains fournisseurs de produits informatiques et/ou de branchement à Internet laissent croire à leurs clients qu'Internet est un outil fabuleux. Ils doivent plutôt bien informer et diriger les futurs utilisateurs, car un utilisateur déçu n'est pas un atout promotionnel et n'est pas enclin à initier son entourage.

### 6.1.3 DÉMOCRATISER L'ACCÈS

De l'avis général, la seconde raison du faible intérêt de la population face à Internet est son accès difficile. Selon les intervenants rencontrés, plus les accès au réseau Internet seront nombreux, plus l'intérêt et les connaissances des gens vont augmenter. Pour ce faire, il doit y avoir une augmentation des points d'accès à Internet dans les endroits publics.

## ACCÈS UNIVERSEL

Selon tous les intervenants rencontrés, Internet est encore, pour le moment, un luxe auquel seulement certaines classes sociales peuvent accéder, les organismes du milieu doivent favoriser l'émergence de cafés Internet et de lieux de rassemblement à faible coût. Selon les gens interrogés, les meilleurs endroits pour développer de tels points d'accès sont les écoles, le cégep et les bibliothèques publiques. De telles expériences sont déjà en cours dans certaines écoles de la ville et à la bibliothèque Côte St-Germain. Les retombées semblent bonnes. Il y aurait toutefois place à la promotion de telles activités pour accroître le nombre d'utilisateurs.

Nos interlocuteurs croient qu'une fois l'accès à Internet plus répandu, la population sera à même de se faire une opinion sur les usages et utilités reliés à ce nouveau médium. Elle pourra, ainsi, exercer une pression sur l'administration publique et favoriser le développement des infrastructures, des services et du contenu reliés à Internet. Pour le moment, le rôle de la population est plutôt passif : elle est en attente d'actions émanant des organisations.

### 6.1.4 LE RÔLE DES LEADERS

Ainsi, les intervenants rencontrés s'entendent sur le fait que la population a besoin d'être sensibilisée et éduquée aux fonctionnements et utilités d'Internet. Ils sont tous d'accord pour dire qu'Internet est loin d'être primordial, pour l'instant, dans la vie des Drummondvillois. Ils signalent, toutefois, qu'ils ont remarqué des changements depuis l'arrivée d'Internet. Ils constatent que le nombre d'entreprises et de foyers branchés a augmenté, ainsi que l'usage d'Internet pour sa fonction communication.

Selon eux, Drummondville a besoin de leaders et d'innovateurs pour faire connaître à la population et aux organisations les avantages à retirer de l'utilisation et du développement d'Internet dans leur milieu. Tout comme le stipule Julien (1997), nos interlocuteurs pensent que des personnes ou des organisations doivent être en mesure de créer une synergie autour du développement et de l'utilisation d'Internet. Cette synergie devrait augmenter l'intérêt de la population et des organisations et créer un besoin et une volonté d'amplifier les usages d'Internet.

D'après les intervenants rencontrés, ce rôle de leader et d'innovateur revient aux maisons d'enseignement et aux intervenants dans les milieux sociaux et industriels. Le développement d'Internet à Drummondville passe par l'éducation et la sensibilisation de la population et des organisations.

---

## 6.2 INTERNET DANS LES ORGANISATIONS DRUMMONDVILLOISES

---

De l'avis de tous les intervenants rencontrés, les organisations drummondvilloises ont connu une évolution en ce qui touche leur utilisation d'Internet. En effet, elles connaissent mieux l'informatique et les utilités liées à l'usage d'Internet. Ainsi sont-elles mieux préparées et plus en mesure de définir leurs besoins face à ce médium.

Les organisations que l'on retrouve sur Internet comptent dans leur équipe un ou des visionnaires qui voient les avantages à utiliser un tel outil. Dans bien des cas Internet sert d'outil de promotion, il augmente la visibilité d'une organisation. Il sert aussi comme outil de recherche : il favorise un accès mondial à la population et aux organisations de la ville. Leur site leur offre une vitrine et une porte d'entrée sur Internet.

### 6.2.1 LES USAGES

#### COURRIEL

D'après les intervenants rencontrés, la communication, par courriel<sup>12</sup>, est le premier usage que les organisations font d'Internet. Ils en ont soulevé les multiples avantages : relier de façon plus adéquate une maison-mère et ses succursales et faciliter les échanges entre celles-ci; et permettre des liens plus étroits entre les entreprises, leurs sous-traitants et leurs clients.

De plus, le courrier électronique augmente les opportunités de concertation entre les organismes. Il élimine les barrières de temps et de distance, puisque la communication à distance peut se réaliser sans limite de façon rapide et efficace. Il possède aussi l'avantage de diminuer considérablement le coût des télécommunications. En effet, l'établissement de coûts fixes mensuels permet de communiquer n'importe où, ce qui favorise une meilleure gestion des budgets de communication.

#### ENCART PUBLICITAIRE

Selon les intervenants interrogés, un grand nombre d'organisations développent Internet comme un outil publicitaire, simple prolongement de leurs publicités traditionnelles. Elles n'utilisent qu'une infime partie d'Internet pour s'approprier des informations via des moteurs de recherches, des réseaux d'échanges virtuels, des antennes de veille, etc.

---

<sup>12</sup> Le vocabe «courriel» est aussi utilisé pour désigner l'échange d'informations par le biais d'une boîte de réception et d'envoi électronique.

Les avis divergent quant à la pertinence d'utiliser le Web comme encart publicitaire.

Certains intervenants croient qu'utiliser Internet dans ce but est une perte d'argent pour l'organisation. En effet, ils pensent que le trop grand désordre qui règne sur le Web présentement dilue le site Web d'une organisation parmi tous les autres et lui fait perdre de l'importance. Pour bien contrebalancer ce problème, les organisations doivent posséder une bonne adresse électronique et elles doivent bien indexer leur site. C'est pourquoi les intervenants croient qu'il est essentiel que les organisations fassent affaire avec des professionnels dans le domaine de la conception de sites.

Par contre, d'autres intervenants croient qu'une entreprise ou un organisme qui n'est pas sur le Web se prive de la clientèle qui s'y trouve. Quel que soit le type de services et de biens offerts par une organisation, il est important pour elle de prendre sa place et de développer son créneau sur Internet. Ici aussi, ils stipulent qu'il est essentiel de faire affaire avec des spécialistes pour bien définir la place à occuper et se l'accaparer adéquatement.

Certains allèguent que ce ne sont pas toutes les organisations qui sont susceptibles d'être sur le Web. Certaines y retirent des avantages et d'autres aucun. Tout dépend du secteur d'activité de chacune et du marché qu'elles désirent rejoindre. Une fois que les organisations connaîtront bien Internet et ses utilités, elles pourront établir leurs priorités et ainsi choisir ce qui est le plus avantageux pour elles. Suite à cela, les intervenants croient qu'il y aura une épuration des sites sur le Web et que celui-ci deviendra plus aéré. Donc, selon eux, il sera plus facile de s'y retrouver.

## ANTENNES DE VEILLE

Un troisième usage d'Internet, relevé par les intervenants, est son utilité comme antenne de veille. En effet, grâce à Internet les organisations ont accès, de façon instantanée, à tout ce qui se fait dans les domaines technologique, scientifique, économique, social, etc. Internet leur permet de demeurer à l'avant-garde des nouvelles découvertes partout dans le monde et ainsi de maintenir un haut niveau de connaissances et de compétitivité. Les organisations ont accès au site des plus grands centres de recherche et des universités à travers le monde. Elles peuvent ainsi tout suivre dans les domaines qui les concernent (Julien, 1997). De l'avis général, certaines PME de pointe du milieu drummondvillois utilisent Internet à cette fin, mais c'est encore une pratique peu répandue.

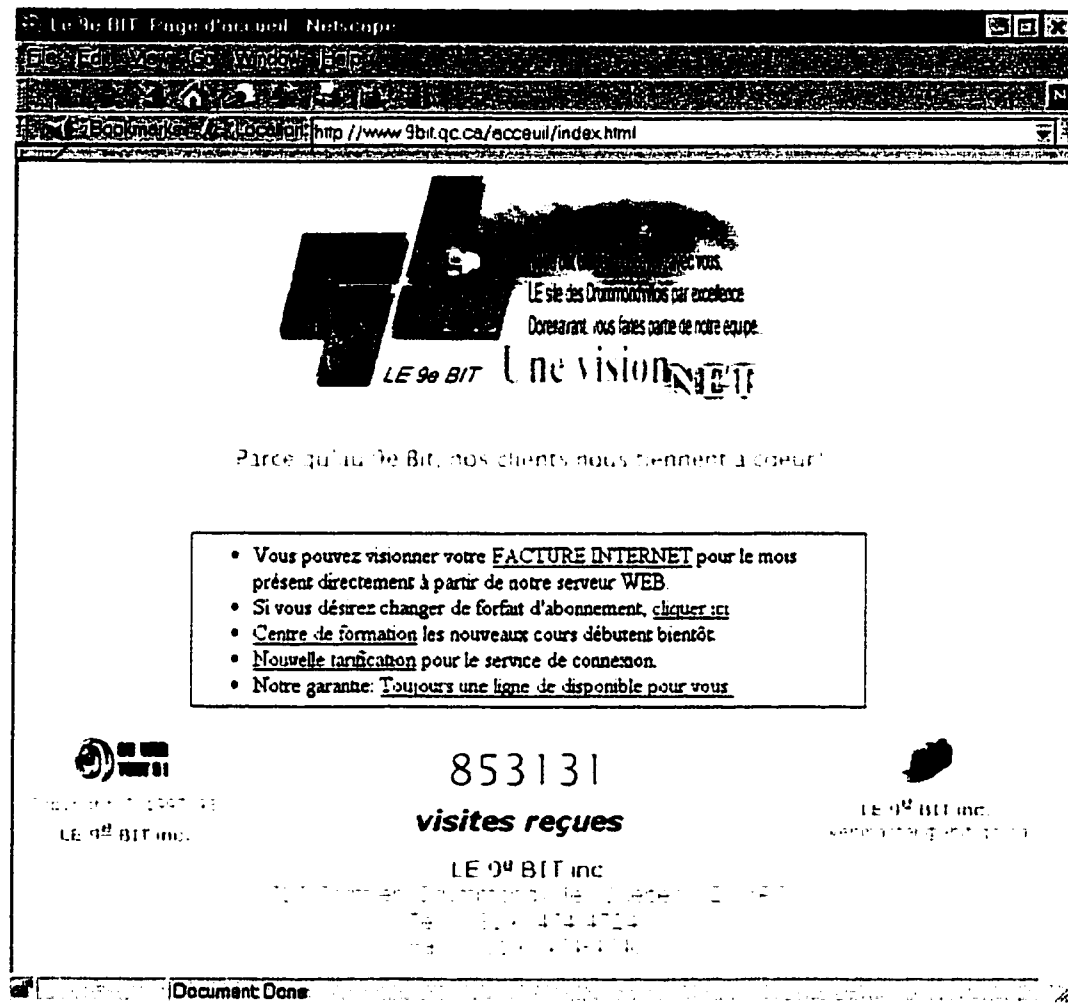
## COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Selon les intervenants rencontrés, le commerce électronique est très peu développé sur l'Internet drummondvillois. Ils expliquent cela de différentes façons. Premièrement, peu d'organisations osent s'aventurer à faire du commerce électronique, car il y a peu de clients qui consomment sur Internet. De cette façon, le commerce n'est pas rentable. De plus, le manque de standard entourant la pratique du commerce sur Internet en décourage plus d'un. Les clients, pour leur part, ne consomment pas sur Internet car, comme le souligne Hoeltgen (1996) la confiance en ce mode de consommation n'est pas encore établie. De plus, les clients potentiels n'ont pas encore développé une habitude de consommer virtuellement, ils ont besoin de toucher le bien, de comparer les services et de socialiser lors de leur achat. En plus, de l'avis de tous, pour rendre efficace et rentable le commerce électronique, il faudrait

développer un système de livraison en parallèle, qui pourra répondre adéquatement à l'instantanéité créée par Internet.

Le site Web de l'entreprise 9e Bit, <http://www.9bit.qc.ca/accueil/index.html>, illustre bien plusieurs des utilités d'Internet, car le client peut visualiser sa facture d'utilisation d'Internet pour le mois courant, peut se renseigner sur les forfaits d'abonnement, la tarification, peut connaître les horaires de formation, il peut entrer en contact avec un représentant de l'entreprise. De plus, le site est un excellent point de départ vers d'autres sites Web de Drummondville et de l'extérieur.

Figure 9 : Le site Web du 9e BIT



Source : Le 9e Bit inc., « Le 9e Bit », <http://www.9bit.qc.ca/accueil/index.html>, 1998.

### 6.2.2 LES AVANTAGES

Les intervenants rencontrés sont d'accord pour dire qu'Internet sera un outil avantageux pour les organisations de la ville quand celles-ci connaîtront ses utilités et pourront le maîtriser adéquatement. En effet, elles seront en mesure d'améliorer plusieurs facettes de leur entreprise ou organisme, tout en facilitant leur travail.

## SERVICE À LA CLIENTÈLE

De l'avis de tous nos interlocuteurs, Internet doit être perçu autrement qu'un simple outil promotionnel, il doit être développé par les organisations comme le prolongement de leur service à la clientèle. En effet, il permet à celles-ci de recruter des clients en naviguant parmi les sites des autres organismes et entreprises. Sur ce point l'opinion des drummondvillois rencontrés converge vers celle de certains chercheurs dans le domaine (Hoeltgen, 1996, Laramée, 1990). De plus, Internet permet d'optimiser la fidélisation de la clientèle grâce à un accès au site personnalisé et à une interaction entre les organisations et les clients en tout temps. Pour ce faire, les organisations doivent développer leur site en misant sur leur clientèle et les services qu'elles désirent leur rendre. Comme nous l'avons remarqué lors de notre étude des sites Web drummondvillois, très peu de sites de la ville offrent ce genre de service. Vous pouvez vous reporter au chapitre précédent où le site de Toyota Drummond illustre est cité en exemple comme offrant un service à la clientèle via Internet.

## RAYONNEMENT PLUS GRAND

D'après les intervenants rencontrés, Internet permet à une organisation de rejoindre plus de marchés, sans pour autant augmenter ses coûts de diffusion. En effet, une entreprise ou un organisme qui possède un site sur Internet se fait connaître au niveau régional, provincial, national et mondial sans augmenter ses frais de départ. Une fois que son site est sur le réseau, il suffit que de futurs clients le voient pour que l'organisation soit connue.

Cependant, il est nécessaire que des clients le voient et c'est là, selon un avis généralisé, que se trouve la faille. Comme à l'heure actuelle il y a une très grande profusion de sites sur

Internet, et que ce contenu n'est pas très organisé, le site d'une organisation risque de passer inaperçu s'il n'est pas bien situé dans le réseau. Les intervenants rencontrés proposent des solutions pour pallier ce manque.

L'une d'elle est de faire la promotion de son site. Il faut que les organisations parlent de leur site à leurs clientèles présentes et futures. Les cartes d'affaires devront référer à l'adresse électronique, de même que les publicités dans les journaux et les magazines. On devrait remarquer à côté de chaque numéro de téléphone et de télécopieur l'adresse électronique de l'organisation. Donc, pour augmenter sa visibilité via Internet il faut augmenter la visibilité de son site via les médias traditionnels. Une deuxième solution pour les organisations, qui ne fait toutefois pas l'unanimité chez les intervenants, est de situer leur site au sein d'un réseau d'hyperliens.

#### HYPERLIENS

D'après ses défenseurs, le réseau d'hyperliens permet à un site d'être répertorié au sein de sites d'organisations partenaires, complémentaires; de fournisseurs et de clients donc. Le réseau d'hyperliens de sites permet d'augmenter la visibilité. De plus, les hyperliens permettent de rentabiliser un site en vendant des espaces d'hyperliens, tout comme on vend de la publicité. Ainsi, les hyperliens permettent, par exemple, à un fournisseur de matériel informatique drummondvillois de s'afficher sur le site de la compagnie Microsoft et de se faire voir par tous les visiteurs du site de Microsoft.

Toutefois, selon les opposants au réseau d'hyperliens, les hyperliens sont des armes à double tranchant. En effet, le visiteur du site de Microsoft n'ira pas nécessairement voir le

lien avec le fournisseur de matériel informatique drummondvillois, il l'évitera tout comme on évite les publicités à la télévision et dans les journaux. De plus, il y a de fortes chances que plus d'un fournisseur d'équipement informatisé s'affiche sur le site de Microsoft, la compagnie étant libre de vendre des espaces d'hyperliens à qui elle le désire. Donc, des compétiteurs se retrouveront à la même adresse, ce qui facilitera les comparaisons pour le client et nuira à certains vendeurs. Ainsi, les hyperliens peuvent conduire vers des organisations concurrentes, offrant des biens et services à prix réduits au détriment de certaines organisations.

En plus, les opposants au réseau d'hyperliens s'entendent pour dire que les hyperliens peuvent nuire à l'image d'une organisation en créant des liens avec des sites peu ou mal développés et/ou ayant un contenu contraire à celui de l'organisation. Une organisation qui offre des hyperliens vers d'autres organisations qui en offrent, elles aussi, à d'autres, perd rapidement le contrôle sur le contenu de tous les sites qui lui sont reliés.

Selon ce que nous avons pu observer lors de notre analyse du contenu du Web drummondvillois, près de la moitié des sites drummondvillois offrent la possibilité aux internautes de naviguer vers d'autres sites. Une analyse plus approfondie de ces hyperliens nous permettrait de qualifier la pertinence et la qualité de ces liens et ainsi d'établir leur répartition selon les types d'organisation. Cette étude pourrait ainsi établir pour quelles entreprises et/ou organisations il est profitable d'avoir des hyperliens et sur quel genre de sites ces hyperliens devraient pointer

### 6.2.3 DES AVANTAGES DIFFICILES À PERCEVOIR

Malgré le fait que les intervenants rencontrés maintiennent que l'utilisation d'Internet a connu une croissance dans les organisations drummondvilloises, il ne semble toutefois pas encore une priorité au sein des milieux économiques, sociaux et communautaires. De l'avis général, le manque de connaissances crée une mauvaise perception des utilités d'Internet dans les organisations. C'est pourquoi celles-ci ne l'utilisent pas à sa pleine capacité. Le papier et le téléphone occupent encore une grande place dans les habitudes de travail et de communication des gens.

De plus, les intervenants rencontrés stipulent qu'une organisation peut fonctionner avec Internet sans avoir développé un site. Elle se sert d'Internet pour communiquer ou pour rechercher des informations. De cette façon, elle a uniquement besoin d'un branchement et évite les coûts d'hébergement.

Selon ce que nous avons pu percevoir lors de nos entretiens, Internet demeure un processus à long terme pour de petites et/ou de nouvelles organisations, car elles doivent d'abord s'informatiser et amortir les coûts reliés à ces installations. Il semble qu'une organisation qui est branchée sur Internet et qui l'utilise comme outil de travail aujourd'hui possèdera une longueur d'avance sur les néophytes quand l'utilisation d'Internet connaîtra une forte croissance dans les habitudes de la population et des organisations.

---

### 6.3 LA PLACE DE DRUMMONDVILLE SUR LE WEB

---

Selon les personnes rencontrées, Internet est au stade embryonnaire à Drummondville, comme dans la majorité des villes québécoises. Elles avancent tout de même que la ville se

situé confortablement dans la moyenne. Elles sont d'accord pour dire que la population et les entreprises sont de plus en plus sensibilisées au phénomène et que l'on retrouve des visionnaires, au sein des organisations, qui croient aux vertus d'Internet et qui permettent son avancement. Mais il y a, selon elles, place à l'amélioration.

### 6.3.1 MANQUE D'UNITÉ

Les intervenants rencontrés s'entendent pour dire que le développement d'Internet à Drummondville se fait de façon individualiste. C'est une course aux profits et au prestige, surtout entre les fournisseurs de services et d'accès à Internet. Cette compétition entre les divers intervenants briment le développement et l'avancement de l'Internet à Drummondville.

#### PROJETS RASSEMBLEURS

Les préoccupations de chacun des intervenants étant différentes, leur vision du développement d'Internet ne s'accorde pas, ce qui rend difficile la concertation. Nous avons noté que les organismes publics et associatifs voudraient répertorier tous les sites drummondvillois à la même adresse, pour faciliter la recherche au sein de la ville. Tandis que de leur côté, les organisations lucratives prônent l'éclatement, pour vendre le maximum de branchements. Les associations à caractère social et communautaire veulent développer du contenu s'adressant aux Drummondvillois, contrairement aux associations à caractère économique qui visent les investisseurs et les clientèles extérieurs à la ville.

## RESPONSABILITÉ

Selon les personnes rencontrées, ce sont les organismes publics qui devraient prendre en main le développement et la gestion de l'Internet drummondvillois pour créer un tout sur l'inforoute. Ces organismes publics ne sont pas en conflit d'intérêt avec des concurrents, des clients ou des fournisseurs, alors ce sont eux qui devraient servir de vitrine sur le Web aux organisations drummondvilloises et de porte d'entrée aux visiteurs. De belles tentatives sont en route, comme les sites de la Ville de Drummondville et de la MRC Drummond, mais faute de ressources, de tels projets ont de la difficulté à être menés à bon port.

## ENGAGEMENT LOCAL

De plus, selon nous, vouloir développer localement Internet est ardu, car il ne possède pas de limites territoriales définies, et que l'on parle de lui de façon planétaire et virtuelle. En effet, nous avons remarqué lors de notre étude que de nombreuses organisations ne perçoivent pas l'utilité de créer des projets rassembleurs propres à Drummondville. Elles perçoivent leur ascension sur le Web de façon individuelle. Elles ne se positionnent pas sur Internet pour la population et les entreprises drummondvilloises, mais bien pour augmenter leur rayonnement régional, provincial et international. L'importance d'être drummondvillois n'a pas sa raison d'être sur le Web, il est plus utile de se positionner par rapport aux fonctions, aux services et aux biens produits par l'organisation.

Plusieurs des intervenants rencontrés ont soulevé la question suivante : comment est-ce possible de vouloir cerner les impacts d'Internet dans le développement local, si le niveau local est dépassé par la virtualité de la technologie ? Selon eux, les efforts de déploiement

d'Internet se font en fonction d'augmenter la visibilité d'une organisation et non d'une collectivité. Chaque organisation veut se faire connaître à travers le monde dans sa propre discipline sans pour autant être associée à Drummondville, au Québec. Avec les possibilités des transactions de données et de biens via l'autoroute de l'information, une organisation n'a pas besoin d'adresse civique, mais bien d'une adresse électronique. Alors, de l'avis général, l'importance de développer la collectivité, de créer des réseaux et de former des projets rassembleurs dans un milieu propre n'a pas raison d'être. Selon les intervenants rencontrés, les visionnaires du Web local doivent être très persuasifs pour stimuler le développement de la collectivité virtuelle drummondvilloise et pour mettre en marche des tables de discussions et des projets favorisant l'émergence d'une culture virtuelle au sein de la population et des organisations. Car pour plusieurs et comme le stipule Laramée (1990), l'intérêt du Web n'est pas local, mais bien national et international.

### 6.3.2 INTERNET INÉGAL

#### PEU DE COMMERCES

Une des faiblesses relevées par les intervenants rencontrés est le peu d'utilisation de l'inforoute dans les commerces de Drummondville. Selon Hoeltgen (1996), les entreprises commerciales ont tout à gagner en s'affichant sur le Web : plus de visibilité, nouveaux lieux d'échanges et de transactions, etc. Le faible taux d'utilisation du Web par les commerces drummondvillois est visible par la maigre présence de sites. Les intervenants rencontrés expliquent ce phénomène par un manque d'information dans les entreprises commerciales et par le faible pourcentage d'informatisation de ces entreprises, puisque la majorité des commerces de la ville sont de nouvelles PME ou des PME familiales, qui ne possèdent pas

toujours les ressources humaines et financières pour pouvoir se développer adéquatement sur Internet.

#### INDUSTRIES PLUS FAVORISÉES

De l'avis général, le secteur industriel serait en meilleure posture sur Internet que le secteur commercial. Un atout qui joue en sa faveur est le fait que les industries aient su développer des intraliens et des hyperliens entre leurs succursales et avec leurs fournisseurs et clients. La création des intraliens et des hyperliens vient solutionner les problèmes liés aux multiples fournisseurs et clients situés à divers endroits. Les industries se servent surtout d'Internet pour échanger des données et des informations. C'est un moyen rapide et efficace pour communiquer.

Ces affirmations viennent contredire ce que nous avons observé lors de notre étude des sites Web drummondvillois. En effet, nous avons fait ressortir un faible nombre de sites se rapportant au secteur industriel (5,5 %). Nous pouvons tenter d'expliquer ceci par le fait que les industries utilisent Internet sans avoir un site, mais simplement un branchement leur donnant une adresse électronique et une boîte de réception de messages.

#### DEUX TENDANCES DES SERVICES SOCIO-CULTURELS

Selon les personnes rencontrées, les organisations offrant des services socioculturels suivent deux tendances d'appropriation et d'utilisation du Web. D'un côté, il y a celles qui utilisent Internet pour faire la promotion de leur organisation. Elles ont développé un site sur Internet avec les caractéristiques propres à leurs activités et leurs coordonnées. Internet,

dans leur cas comme dans celui des entreprises commerciales, est un outil d'information et de promotion adressé à leur clientèle.

La deuxième tendance se rencontre surtout chez les organisations publiques. Leur particularité est qu'elles utilisent Internet comme un lieu de rassemblement. Ainsi, comme plusieurs auteurs le stipulent (Harvey, 1995, Laramée, 1990) Internet crée de nouveaux réseaux d'échanges, des groupes virtuels, où les gens puisent des informations selon leurs intérêts. On retrouve certains sites du Web drummondvillois qui offrent en plus d'une description sommaire (la liste de leurs membres, la façon de les joindre et quelques caractéristiques qui leur sont propres), des lieux où émettre des commentaires, des opinions, etc. On perçoit chez ces organisations une volonté de regroupement, de discussion via le Web.

---

#### 6.4 INTERNET COMME OUTIL DE DÉVELOPPEMENT

---

Selon tous les intervenants rencontrés, Internet ne peut être qualifié d'élément géographique, car il sort des limites territoriales traditionnelles. Il leur paraît ainsi difficile de s'en servir comme outil de développement local. Tout comme il leur paraît impossible de mesurer les impacts qu'il entraîne sur un territoire donné. La question fait quant même l'objet de discussions et des pistes de réflexions ont été amenées par les intervenants. Elles soulèvent des réactions dans le milieu et portent à réfléchir sur de nouvelles approches en matière de développement.

#### 6.4.1 IMPACTS DIFFICILES À CERNER

D'un commun accord tous croient qu'il est encore trop tôt pour mesurer la portée des retombées d'Internet. En effet, comme il y a peu de temps qu'Internet est développé et utilisé, il y a encore peu d'impacts visibles et facilement attribuables aux usages d'Internet.

En général, on pense qu'Internet n'aura pas de grands impacts sur le développement du milieu local. Selon les intervenants on ne peut voir l'arrivée d'Internet comme un élément marquant, voir un bouleversement des conditions de développement du milieu, parce qu'il est immatériel et qu'il ne nécessite pas un point d'implantation fixe. Selon eux, une organisation drummondvilloise peut faire affaire avec des compagnies de n'importe où pour avoir un accès au Web et vice versa. L'usage d'Internet n'entraîne pas l'implantation d'importantes infrastructures, tout comme il ne met pas directement en cause la localisation d'une municipalité.

Donc, selon les intervenants rencontrés Internet est trop virtuel et abstrait pour servir d'outil de développement majeur. Les impacts hypothétiques qu'ils accordent à Internet sont sous la forme de retombées indirectes. Le développement de l'ensemble du milieu va se faire via le développement des entreprises et des organismes qui connaissent une croissance en utilisant Internet.

De l'avis général, Internet est important pour l'image d'une ville. Comme il est présentement à la mode et qu'il est bien vu de parler d'Internet, de connaître cette nouvelle technologie et de l'utiliser, une ville qui est «branchée», qui offre la possibilité à sa population et à ses entreprises d'avoir accès à Internet jouit d'une image positive au sein de sa région. Par le fait même, une ville qui ne saisit pas les opportunités de développer Internet dans son

milieu va accroître son isolement. C'est pourquoi, selon les intervenants rencontrés, il doit y avoir une activité virtuelle au sein de la localité et de la région ainsi qu'une volonté de développement d'Internet, pour que celles-ci donnent une image de meneuses et d'innovatrices.

#### 6.4.2 INTERNET : UN ATOUT

Il est certain que pour une organisation œuvrant dans le domaine du développement de l'autoroute de l'information et de ses champs de travail sous dérivés, il en est autrement. Selon les personnes rencontrées, Drummondville doit compter sur sa bonne position géographique au sein d'un réseau de fibres optiques. Cette position favorable augmente l'intérêt qu'on porte à Drummondville comme pôle des activités reliées au développement de l'information. De l'avis de tous, il découle de cette position géographique plusieurs points positifs. En effet, nous retrouvons à Drummondville plusieurs serveurs et entreprises offrant des branchements et de l'hébergement, ainsi que de la conceptualisation de sites, ce qui amène une compétitivité favorable aux consommateurs.

#### PROMOTEUR DE DRUMMONDVILLE

D'après les personnes rencontrées, Internet est aujourd'hui favorable au milieu dans la mesure où les entreprises et organismes qui y sont implantés augmentent la visibilité de la ville. Selon les intervenants, les entreprises et organismes drummondvillois sont nombreux à être branchés sur Internet, ce qui est très opportun au positionnement de Drummondville sur la voie de l'autoroute de l'information.

De l'avis général, sans être un outil de développement de premier plan, Internet augmente le rayonnement de Drummondville. En plus de bénéficier de la visibilité offerte par les sites de ses organisations, la ville peut aisément se servir d'Internet pour faire la promotion de ses infrastructures et services à l'extérieur de la région, voire du Québec. En positionnant le site de Drummondville au sein des outils de recherche de niveau provincial, national et international, les intervenants du milieu s'assurent de la faire connaître partout sans frais supplémentaires. Ainsi, Internet sert à faire la promotion de la ville.

---

#### CONCLUSION

---

Ainsi, l'utilisation d'Internet et son développement sont perçus de différentes façons dans le milieu drummondvillois. Comme nous avons pu le constater, tous les intervenants ne s'entendent pas uniformément sur les façons de stimuler l'implantation et la croissance de cette nouvelle technologie. Par contre, nous avons relevé un consensus sur le besoin de développer l'accès et les usages reliés à Internet.

Nous avons noté que différents problèmes reliés à l'utilisation et au développement d'Internet semblent attirer l'attention des intervenants. Parmi ceux-ci, le manque d'information véhiculées au sein de la population, l'accès limité aux usagers, les fausses images créées par la publicité et les difficultés à naviguer ont été relevées. Pour y remédier, ils proposent des interventions, qui ne font pas l'unanimité mais qui sont de bonnes bases à des discussions. La plus répandue est une augmentation massive des accès à Internet, via les organisations publiques. Ces organisations pourront fournir des accès à faible coût tout en informant la population sur les utilités et le fonctionnement d'Internet. De plus, il serait bon de créer un réseau d'intraliens au sein de la ville, auquel pourront se greffer les

organisations. Cette table de concertation virtuelle pourra renforcer la position de Drummondville au sein d'Internet tout en permettant aux organisations moins expérimentées dans le domaine de jouir des connaissances des autres.

Une chose est certaine pour les intervenants, plus il y aura de gens qui connaîtront Internet et feront partager leur intérêt aux autres, plus il y aura de chances qu'il se développe de façon efficace à Drummondville. Nous avons pu constater, lors de nos entretiens, qu'il y a à Drummondville beaucoup de «visionnaires» qui croient à l'utilité d'Internet. Pour eux, Internet est plus qu'un jeu; c'est un outil de communication, de travail et d'information qui permet d'éliminer le temps et la distance, de rejoindre plusieurs personnes à la fois et d'être moins dispendieux que bien d'autres outils de communication. Ces «visionnaires» favorisent, par leurs actions sur Internet, l'émergence d'une culture virtuelle à Drummondville.

# CHAPITRE 7

## SYNTHÈSE

L'arrivée des NTIC soulève plusieurs questionnements quant à leur appropriation par les organisations, au degré de leur utilisation par la population ainsi qu'à leurs effets sur le territoire. Comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs chercheurs en développement local (Laramée, 1991, Bernal et al. , 1991, Kellerman, 1993, Lamarche, 1987) se questionnent sur les effets des NTIC sur les interactions sociales et sur leurs répercussions. Tout au long de notre recherche nous nous sommes basés sur les hypothèses de ces chercheurs pour tenter de vérifier comment, dans une ville moyenne comme Drummondville, l'arrivée de l'autoroute de l'information et d'Internet pouvait modifier les habitudes de travail, commerciales et de communication de la population et ainsi, influencer le développement local.

Les deux questions à la base de notre étude sont les suivantes :

- 1) QUELLE PLACE OCCUPE UNE VILLE MOYENNE EN CROISSANCE SUR LE WEB ?
- 2) QUE PEUT-ON EN DÉDUIRE QUANT AUX EFFETS POSSIBLES D'INTERNET SUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL ?

Suite à la recension et à l'analyse des sites Web se rapportant à Drummondville et à des entretiens avec divers intervenants du milieu drummondvillois nous pouvons apporter réponses à ces questions ou du moins émettre des pistes d'hypothèses pour de futures recherches. Le chapitre qui suit se veut la synthèse de nos réflexions sur le sujet.

---

## 7.1 INTERNET UN NOUVEL ÉLÉMENT GÉOGRAPHIQUE

---

### NOUVELLE ÉCHELLE

Avec Internet, le local se «délocalise». En effet, les possibilités d'échange accrues à toutes les échelles spatiales font varier les échelles de perceptions locales, régionales, provinciales et mondiales. Internet permet à une localité d'être connue partout dans le monde, au même instant il permet au monde d'entrer dans chacun des foyers branchés. L'internaute qui habite une localité éloignée physiquement du centre voit son isolement disparaître en naviguant sur le Web.

### NOUVEL ESPACE

En éliminant l'effet d'isolement et d'éloignement, Internet donne une nouvelle perception de la distance. Un internaute n'a plus la sensation de se déplacer pour aller chercher des informations ou des produits. Il peut facilement voyager d'une ville à une autre par le truchement de son ordinateur.

En rapprochant ce qui est loin, l'Internet éloigne du même coup ce qui est près physiquement, mais éloigné technologiquement. En effet, un drummondvillois peut facilement visiter le Louvre dans le confort de son salon, ainsi le musée français se rapproche du consommateur québécois. Mais, ce même Drummondvillois ne peut pas, assis derrière son ordinateur, visiter le Village québécois d'antan. En effet, le lieu historique Drummondvillois ne possède pas, à l'heure actuelle, de site sur le Web, il devient ainsi inaccessible et éloigné pour l'internaute.

## NOUVELLE HIÉRARCHIE

L'Internet annule la hiérarchisation traditionnelle des lieux et des organisations. Une municipalité peut développer un site Web peu importe sa position géographique et sa taille. Il en est de même pour une organisation, qui est positionnée sur le Web indépendamment de son secteur d'activité, de sa taille et de sa croissance. Avec Internet tout dépend du fait d'être ou de ne pas être en ligne.

## NOUVELLE LOCALISATION

Internet, en permettant à une organisation drummondvilloise d'être sur le Web à partir d'un serveur montréalais, français, américain, etc. apporte une nouvelle forme de localisation. Le positionnement sur le Web ne suit plus les caractéristiques traditionnelles telles que le numéro civique, le nom de la rue, de la ville, de la MRC, etc. il se fait à partir des moteurs de recherche et des hyperliens. Ainsi, il devient difficile de dresser une carte mentale des organisations sur le Web, c'est pourquoi bien souvent nous avons recours à l'image de la toile d'araignée.

Tout peut se faire sans réellement savoir où est situé géographiquement l'interlocuteur. En effet, les entreprises qui offrent des produits via le commerce électronique n'ont pas besoin de se positionner dans une ville donnée, elles doivent tout simplement mettre en évidence leurs sites sur la Toile. Ainsi, la concurrence ne se fait plus localement ou régionalement, elle suit les lois des marchés fixés sur le Web. Un fournisseur de services Web localisé à Drummondville doit ajuster ses tarifications et ses services selon les fournisseurs situés aux quatre coins du globe.

Ainsi, Internet pourrait transformer le monde dans lequel nous vivons, mais qu'en est-il réellement ?

---

## 7.2 UNE VILLE MOYENNE SUR LE WEB

---

Pour mieux mesurer, quantifier, l'appropriation et les usages que la population, les entreprises et les organismes drummondvillois font d'Internet, nous avons étudié la façon dont ils se positionnent sur le Web. Le Web étant, selon nous, la représentation la plus concrète d'Internet et pour bien des gens, encore, la seule facette qu'ils connaissent. Nous avons fait le portrait drummondvillois, tel qu'il se dégage du Web.

Selon nos constatations, suite à l'analyse des 127 sites recensés sur le Web drummondvillois, le site Web est la vitrine virtuelle de l'organisation. Il s'adresse aux personnes, aux entreprises et aux organismes intéressés par les services et produits offerts par l'organisation qui s'affiche sur le Web. À partir des pages et des sites Web, nous pouvons évaluer les niveaux de maîtrise du Web des organisations, les usages qu'elles veulent faire de celui-ci, les moyens financiers et techniques à leur disposition pour développer le Web, l'intérêt qu'elles portent à maintenir à jour leurs sites, etc. Ainsi, nous avons tenté de déterminer une tendance d'appropriation, de développement et d'intérêt des organisations du milieu drummondvillois face à Internet.

### 7.2.1 LES USAGES

#### LA PUBLICITÉ

Le constat le plus marquant que nous pouvons faire du Web drummondvillois est que son usage est majoritairement promotionnel. Le Web est un outil promotionnel caractérisé par un manque d'originalité. Les très nombreuses pages d'organisations décrivant leurs produits et/ou leurs services ainsi que leurs coordonnées «terrestres» font du Web une vitrine publicitaire. Les intervenants eux-mêmes en font la constatation. Ils s'entendent pour dire qu'à l'heure actuelle, le Web drummondvillois n'est que le prolongement des outils de promotion traditionnels des organisations. Celles-ci s'en servent d'ailleurs au même titre que les intervenants. Elles n'utilisent pas le Web à son plein potentiel, car le commerce électronique, le suivi de la clientèle, les lieux d'échanges, etc. sont pratiquement absents du Web drummondvillois.

#### ACCÈS AU SAVOIR

Selon Théry (1984) Internet permettra à la population et aux organisations d'avoir un accès universel à la culture, à l'éducation et aux connaissances qui s'y véhiculent. L'effet du milieu sera en quelque sorte effacé et la distance avec la métropole abolie, ce qui peut, à moyen et long terme, favoriser une plus grande autonomie des populations locales.

Ainsi le développement du Web devrait pouvoir répondre aux besoins de la population en information et en communication. Pourtant, le Web drummondvillois ne laisse pas transparaître de tels développements. Une fois le côté publicitaire éliminé, il reste très peu de contenu sur le Web. En effet, comme nous avons pu le constater lors de notre analyse

des sites Web de la ville, très peu offrent la possibilité à l'internaute de communiquer au sein de groupes virtuels, de s'éduquer via de la formation à distance et d'augmenter ses connaissances.

#### ANTENNES TECHNOLOGIQUES

Selon Lesser et Hall (1987), Internet permettrait aux organismes et entreprises d'avoir accès aux banques de données et d'information peu importe leur localisation. Ainsi, toutes les connaissances sur les nouvelles technologies, les progrès réalisés dans les techniques de production, de vente etc. seront accessibles à tous, ce qui crée des conditions nouvelles pour le développement.

Lors de notre analyse des sites Web, nous n'avons identifié qu'une faible proportion de sites Web issus des entreprises manufacturières drummondvilloises. Ce qui nous laisse à penser qu'elles utilisent probablement plus Internet comme outil de veille technologique que comme canal d'information sur leurs propres activités.

Les personnes rencontrées ont insisté d'ailleurs sur le fait que l'appropriation et les échanges d'information peuvent se faire de différentes façons sur l'inforoute. Une organisation n'a pas besoin d'un site sur le Web pour pouvoir y naviguer, elle peut être branchée et échanger sans que cela soit visible. Prenez par exemple, les banques de données et les échanges d'information intranet qui s'effectuent entre les écoles de la Commission scolaire DesChênes : ils représentent une autre facette de l'utilisation et de l'appropriation des autoroutes de l'information dans le milieu. Rien ne paraît de ces échanges sur le Web.

Notre étude ne nous a pas permis de cerner jusqu'à quel point Internet était utilisé comme outil de recherche au sein des entreprises de Drummondville.

### 7.2.2 LA NÉCESSITÉ D'ÊTRE PRÉSENT

Un point important de notre recherche est que les intervenants rencontrés considèrent qu'il est important d'être sur le Web actuellement, malgré le fait que son usage n'est pas encore optimal. À leurs yeux, il est primordial de prendre les devants, de se positionner et de développer des expertises pour être prêt le moment venu.

De plus selon eux, la mise en place d'un site Web à l'image de la collectivité a pour effet de créer un sentiment de fierté au sein de la population. Les gens sont fiers de dire que leur municipalité est entrée dans l'ère de l'inforoute, qu'ils possèdent une fenêtre sur le monde virtuel. Ils sont heureux de trouver des informations, aussi minces soient-elles, sur leur milieu. La mise en place de sites Web stimule l'identité locale, surtout si ceux-ci sont bien faits et représentatifs de la population et des organisations. Quand un milieu est mis à l'avant plan de façon positive, ses citoyens s'y rattachent avec fierté.

---

### 7.3 LES EFFETS D'INTERNET SUR LE DÉVELOPPEMENT LOCAL

---

Actuellement, la notion de développement local est très à la mode avec l'autonomie accordée aux collectivités. Cette autonomie, combinée à la popularité accrue des nouvelles technologies de communication et de l'information, plus particulièrement d'Internet, semble créer un «nouveau développement». Par le biais de cette étude, nous avons voulu identifier quels seraient les effets possibles d'Internet sur le développement local.

Suite à la lecture de plusieurs ouvrages sur les retombées d'Internet dans les milieux locaux (Bernal et al. , 1991 Hoeltgen, 1996, Laramée, 1991) Internet nous est apparu comme étant un bon outil permettant la consolidation de projets au sein des collectivités. En effet, il permettrait d'accroître la consultation, la concertation et les regroupements au sein des organisations du milieu. Suite à l'étude des sites Web drummondvillois et à nos entretiens avec divers intervenants de la municipalité, nous avons constaté que la réalité était fort différente de la théorie.

### 7.3.1 ÉCHANGES ET DISCUSSION

Selon certains chercheurs, l'accès facile aux banques d'information et aux réseaux d'échanges ministériels, communautaires, sociaux et économiques aurait pour effet de rassembler autour d'une même «table virtuelle» les intervenants des différents milieux (Lesser et Hall, 1987, Harvey, 1995, Laramée, 1990). Internet serait un outil de plus pour faciliter la mise en chantier de projets et pour stimuler des discussions et des partenariats autour de ces projets.

Notre étude concernant la présence de Drummondville sur le Web a fait ressortir une absence de sites Web favorisant la concertation et les échanges virtuels. En effet, nous avons recensé très peu de sites Web drummondvillois offrant des informations à caractère public incitant la participation des citoyens et des organisations. De plus, nous avons noté que peu de sites permettaient, par le biais d'hyperliens, d'accéder à des forums de discussions régionaux, provinciaux ou autres. Les aspects comme l'appropriation de nouvelles informations et l'échange ne semble pas encore être mis à profit sur le Web drummondvillois.

Les intervenants rencontrés expliquent ce phénomène par la faible proportion de Drummondvillois branchés. Ils sont d'avis que le manque d'utilisateurs fait que la demande pour des sites à contenu informationnel n'est pas assez forte, donc que ce n'est pas une priorité pour le moment. À l'heure actuelle, ils travaillent à la démocratisation de l'accès à Internet, pour ainsi accroître le nombre d'utilisateurs.

### 7.3.2 CONCERTATION AUTOUR D'INTERNET

Toujours selon les intervenants que nous avons rencontrés, les impacts d'Internet ne sont pas dus au fait que les gens l'utilisent comme lieu de discussion, mais bien parce qu'à Drummondville une concertation semble se faire au sein des organisations pour développer Internet à leur image. En effet, le développement d'Internet et son appropriation semblent susciter des échanges entre les organisations de différents milieux. On vise à mettre sur pied des lieux d'accès et de formation; on veut sensibiliser la population, les organismes et les entreprises aux avantages liés à l'utilisation des NTIC. Pour se faire, on valorise l'usage d'Internet et le développement d'un Web drummondvillois. Ils sont aussi d'avis que l'union et la concertation sont difficiles à réaliser, car pour plusieurs Internet est une importante entreprise financière. Ainsi, la concertation fait parfois place à la concurrence.

Toutefois il semble qu'une concertation embryonnaire se fasse, en coulisse, entre les intervenants des milieux socio-communautaire et politique. Nous avons senti un intérêt à discuter des enjeux du développement d'Internet, une volonté à vouloir développer des hyperliens entre les sites des organisations de la ville, de se regrouper pour mieux informer la population. Nous avons noté un bel exemple de concertation par le biais du site Web du Réseau d'échanges Drummond. Ce site est la vitrine sur le Web du Réseau d'échanges

Drummond (RED), qui regroupe diverses organisations. Au sein de cet organisme, on discute des enjeux du développement drummondvillois, dont les enjeux reliés à Internet. À l'adresse <http://www.cdummond.qc.ca> on retrouve toutes les organisations membres et des liens vers leur site. De plus, nous avons accès au calendrier des activités, aux projets et aux réalisations du RED. Ce site représente bien, selon nous, l'image que pourrait prendre une ville moyenne sur le Web, c'est-à-dire un site, une porte d'entrée, d'où nous aurions accès à toutes les informations, tous les services pertinents ainsi que toutes les organisations présentes dans la ville.

Figure 10 : Le site Web du Réseau d'Échange Drummond

Le Réseau d'Échanges Drummond (RED) est une corporation sans but lucratif créée par un ensemble de gestionnaires provenant des organismes publics, parapublics et péripublics des divers ordres de gouvernements qui oeuvrent au sein de la MRC de Drummond.

Conseil d'administration	
<b>Francis Riou</b> Président Tél.: (819) 475-8688	<b>Raymond Malouin</b> Vice-président Tél.: (819) 477-2230
<b>Denis V. Bachand</b> Vice-président Tél.: (819) 478-4671 ext. 217	<b>Gilles Cloutier</b> Secrétaire/trésorier Tél.: (819) 477-5687

[Historique et mission] [Calendrier des événements] [Organismes membres] [Projets et réalisations]

Président: **Francis Riou**  
Secrétaire: **Francis Riou**  
Trésorier: **Francis Riou et Marie-Pierre Milot**

pour de plus amples renseignements

Source : François Malouin, Réseau d'Échanges Drummond.  
<http://www.cdummond.qc.ca/red/index.html>, 1998.

Ainsi, on voit apparaître une certaine forme de partenariat autour du développement d'Internet. Toutes les questions concernant l'accès à l'information via Internet et le déploiement de contenu sur le Web engendrent des discussions et une concertation entre les divers intervenants du milieu drummondvillois. Cette nouvelle synergie entre les acteurs du milieu vient renforcer celle qui existait déjà. Ainsi, à Drummondville on discute de la place à donner à Internet dans les stratégies de mise en marché de la ville et de ses organisations. En plus du rôle que peut prendre ce nouvel outil d'information et de communication au sein de la population et des organisations. Internet semble donner à la ville un avantage supplémentaire dans la réalisation de ses projets tout en renforçant les réseaux de concertation.

### 7.3.3 UN DÉVELOPPEMENT VIRTUEL UTOPIQUE

Le Drummondville virtuel, tel qu'il apparaît à la lumière de nos observations sur le Web et dans les discours sur Internet des intervenants, est au stade embryonnaire de son développement. L'heure est à l'acquisition de connaissances et à la maîtrise des nouvelles technologies, ce qui crée une situation de transition entre les médias traditionnels et Internet. Il en ressort un vide entre les volontés d'intervention et de développement d'Internet et la création de sites Web favorisant un accès accru à l'information, une concertation des organisations du milieu, une meilleure participation publique et une ouverture sur le monde.

Les intervenants connaissent les enjeux liés à l'appropriation et au développement d'Internet pour le milieu local. Leur volonté d'ouvrir la population drummondvilloise à Internet se bute au manque d'information, à une faible maîtrise de la technologie, à un accès déficient et au peu de concertation entre les intervenants. Sans vouloir court-circuiter les

étapes, les intervenants doivent se concerter et mettre en branle un plan de développement d'une culture virtuelle susceptible de repenser la place virtuelle de Drummondville.

---

#### 7.4 CONCLUSION

---

Selon les discours des chercheurs en développement local, nous pouvons penser qu'un milieu qui utilise Internet de façon dynamique est déjà en avance sur l'inforoute comparativement à un milieu qui est absent d'Internet. En effet, la majorité des discours des intervenants rencontrés amène le même constat: le fait d'être présentement sur le Web et d'utiliser Internet comme outil de travail leur permettrait de développer des expertises. De plus, cela est bon pour l'image d'ensemble de la ville. Cependant, nous pouvons penser que dans l'immédiat, Internet n'est pas encore l'outil de développement attendu de Drummondville. Il commence à peine à être utilisé par les organisations pour mettre en valeur les atouts du milieu et pour faire émerger de nouveaux rapports grâce à l'amélioration des capacités de communication. Son seul effet jusqu'ici est d'avoir favorisé une concertation autour des stratégies à favoriser pour en développer les usages.

##### 7.4.1 ENTRE LA THÉORIE ET LA PRATIQUE

Comme nous l'avons souligné précédemment, de nombreux chercheurs s'intéressent aux impacts locaux de l'autoroute de l'information, aux façons dont les intervenants locaux vont s'appropriier la nouvelle technologie et aux formes que prendra le développement qu'elle suscitera. Tout au long de notre étude, nous avons tenté de mettre en parallèle la théorie géographique et l'expérience vécue dans le milieu drummondvillois.

Pour de nombreux penseurs, l'autoroute de l'information et les nouvelles technologies qui s'y rattachent joueraient un rôle dans le développement local et régional en créant une nouvelle structure organisationnelle de l'économie et de l'espace (Kellerman, 1993). Elles permettraient aux populations d'avoir accès à une multitude d'information de tous les niveaux (Théry, 1994). Notre étude a montré qu'il est difficile de constater empiriquement la place que joue l'autoroute de l'information comme outil de développement, les intervenants locaux ne la percevant pas comme telle. Pour eux, l'inforoute est trop vaste, trop globale, elle couvre trop de territoires pour avoir un véritable impact sur le développement local. Il semble que nous ne pouvons considérer les effets de l'autoroute de l'information à l'échelle locale, il faut désormais penser globalement et de façon provinciale, nationale et internationale.

Dans notre étude du cas drummondvillois, nous avons pu constater que l'usage du Web se révélait un élément positif pour les organisations qui s'en servent comme outil de marketing. Une fois que celles-ci se l'approprient, ciblent leurs attentes et développent un site Web fonctionnel et bien positionné, elles peuvent s'attendre à des retombées économiques. Il peut s'en suivre une croissance de leur développement. Ces observations peuvent se faire à partir de cas précis, mais non sur l'ensemble d'une collectivité locale où interagissent plusieurs organisations qui ne maîtrisent pas toutes au même point l'usage des nouvelles technologies de l'information. Nous ne pouvons pas encore qualifier Internet comme étant un outil de développement local, car nous sommes dans la phase initiale du processus, très peu de retombées ont été constatées et mesurées à ce jour.

#### 7.4.2 LIMITES DE NOTRE ÉTUDE

##### RENDRE CONCRET CE QUI EST VIRTUEL

Vouloir situer géographiquement un problème se rapportant à Internet est une problématique en soi. En effet, Internet est virtuel, c'est à dire qu'il ne possède pas de limites concrètes dans le temps et dans l'espace.

Donc, nous ne pouvons localiser concrètement Internet dans une ville plus que dans une autre. Souhaiter encadrer Internet selon les façons de faire traditionnelles de la géographie est illusoire. Pour pouvoir l'étudier et faire ressortir ses impacts dans un milieu donné, il est cependant difficile de procéder autrement. Ce qui entraîne une ambiguïté dans notre étude, qu'il nous était impossible de solutionner, et dont on ne peut ignorer les impacts sur nos résultats.

Pour dépasser la virtualité d'Internet et le positionner à Drummondville nous avons dû associer à chaque site l'adresse civique de l'organisation qu'il était tributaire. Pour être en mesure de comprendre les effets d'Internet dans le développement local, nous avons dû le situer au sein de limites préétablies. En matérialisant Internet pour le besoin de notre étude, nous avons pu mieux saisir comment il se vit au quotidien dans les organisations.

##### UN REFLET DES POSSIBILITÉS

Notre analyse des sites Internet nous a permis de constater l'état actuel du développement du Web à Drummondville. Ce que nous avons fait ressortir n'est en fait qu'un reflet des usages possibles d'Internet. Le Web étant l'outil de travail sur l'inforoute le

plus répandu et le plus accessible, nous avons pu facilement obtenir l'opinion des intervenants et leurs perceptions sur ce domaine.

Nous ne pouvons uniquement nous appuyer sur les résultats obtenus lors de notre recherche pour évaluer les performances de l'autoroute de l'information en matière de développement régional. En effet, le Web ne reflète pas l'ensemble des utilités reliées aux inforoutes. Ces autres utilités sont à mieux connaître. Par contre, il nous permet, à partir de l'utilisation que les intervenants rencontrés en font et de son développement au sein de Drummondville, d'établir des pistes de réflexion pour continuer la recherche.

## RÉFÉRENCES

- ADAMS, P., L. SCOTT et R. STEPHENS. «Public-service delivery» Dans *Telecommunications and rural development : a study of private and public sector innovation*. Praeger, New York, 1991. p. 61-94.
- BAHL, L.D., et al. «Telecommunications and community developmen». Dans *Telecommunications and rural development : a study of private and public sector innovation*. Praeger, New York, 1991. p. 172-221.
- BARCELO, Yan. «Le réseau local constitue le point d'entrée». *Les Affaires*, (5 mars 1994) p. 2-3.
- BARCELO, Yan. «L'année InterNet». *Les Affaires*, (30 mars 1996) p. 1.
- BLANCHET, Alain et Anne, GOTMAN. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*, coll. Sociologie 128, no 19, Paris, Nathan Université, 1992, 125 p.
- BRUNEAU, Pierre. *Les villes moyennes au Québec, leur place dans le système socio-spatial*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 1989, 195 p.
- CEFRIQ, «Renouvellement des services publics et autoroute de l'information», <http://www.riq.qc.ca/cefrio/index.html>, septembre, 1998.
- CEFRIQ, «La relation État-citoyen dans un contexte d'utilisation de l'autoroute de l'information», <http://www.cefrio.qc.ca/etatcit.html>, septembre, 1998.
- CEFRIQ, «L'InterNet», <http://www.cefrio.qc.ca/interNet.html>, septembre, 1998.
- CEFRIQ, «L'implantation réussie des inforoutes dans l'organisation québécoise: avant toute chose une affaire de culture» <http://www.cefrio.qc.ca/memoire.html>, septembre, 1998.
- Comité consultatif sur l'autoroute de l'information. *Inforoute Québec: plan d'action pour la mise en œuvre de l'autoroute de l'informatio.*, Québec, Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1995, 53 p.
- Comité consultatif sur l'autoroute de l'information. *Sondage National sur l'industrie de l'InterNet au Canada*, Ottawa, publié par BITS Information Service, 1996, 150 p.
- Commission scolaire DesChênes, «Commission scolaire DesChênes», <http://csdeschenes.qc.ca>", 2 juillet 1998.
- DESHAIES, L., A. JOYAL et P.A. JULIEN. «Le recours au milieu par les PME québécoises exportatrices», *Revue canadienne des Sciences Régionales*, vol. 15, no 2 (été 1992), p. 239-254.

DUFOUR, Arnaud. *InterNet*. coll. Que sais-je? Paris, Presses Universitaires de France, 1995, 127p.

EDWARDS, Jean-Marc. «Bibliographie et notes en bas de page». *Référence et développement des collections*, Ottawa, Université d'Ottawa, septembre 1993. 4 p.

Environnement Conseil BGA inc. *Drummondville et agglomération: St-Charles-de-Drummond, Grantham, Saint-Nicéphore*, 1e éd., Québec, juin 1990.

Festival mondial de folklore Drummondville, «Festival mondial de folklore Drummondville», <http://www.drummond.com/folklore/index.htm>, été 1998.

Fonds de l'autoroute de l'information, «Orientation et modalités de gestion du fonds de l'autoroute de l'information», <http://www.mcc.gouv.qc.ca/cominfo/autorout/fai/prosp2.html>, 1998.

Fonds de l'autoroute de l'information, «Politique québécoise de l'autoroute de l'information», <http://www.mcc.gouv.qc.ca/cominfo/autorout/politique/dimensions.html>, 1998.

FOURNIER, Jocelyn et Guy GAUTHIER. *Drummondville*. Drummondville, éd. La Société historique du Centre du Québec inc., 1987, 128 p.

FOURNIER, Nicole et Juan-Luis KLEIN. *Information et développement régional au Québec: les effets territoriaux de l'encadrement gouvernemental: actes de colloque franco-québécois sur les effets socio-spatiaux des autoroutes de l'information tenu à l'UQAM (28-29 avril 1997)*, Montréal, 1997. 17 f.

GHIGLIONE, Rodolphe et Benjamin, MATALON. *Les enquêtes sociologiques: théories et pratique*, 4e ed. Paris, Armand Colin éditeur, 1985. 301 p.

Gingras François-Pierre, «Comment citer des sources sur InterNet dans un travail scientifique», <http://www.uottaw.ca/~fgingras/text/citation.html>, 19 décembre 1997.

HARVEY, Pierre-Léonard. *Cyberspace et communautaire; appropriation, réseaux, groupes virtuels*. Québec, Presse de l'Université Laval, 1995, 240 p.

INDUSTRIE CANADA, «Accès communautaire» <http://pac.unb.ca/presse/980306.html>, 1998.

INDUSTRIE CANADA. *Industrie Canada : Un partenaire indispensable, nos priorités en 1998-1999*, Ottawa, Industrie Canada, 1998. 64 p.

JULIEN, Pierre-André. «Entrepreneuriat, développement régional et appropriation de l'information», Dans *Le phénomène régional au Québec*, sous la direction de Marc-Urbain Proulx, Québec, Presses de l'Université du Québec, 1996, p.215-244.

- JULIEN, Pierre-André. *Le développement régional: Comment multiplier les Beauce au Québec*. Québec, Les Éditions de l'IQRC, Presse de l'Université Laval, 1997, 142 p.
- KELLERMAN, Aharon. *Télécommunications and Geography*, London and New York, Belhaven Press, 1993, 230 p.
- LAMARCHE, Rodolphe H. «Telecommunication and regional development: a new concept», Dans *Telecommunications: a strategic perspective on regional, economic and business development*, Moncton, Institut canadien de recherche sur le développement régional, 1987, p. 85-103.
- LANGLOIS, Jean-Pierre. «Mille bonnes raisons pour se brancher sur le Net; Entreprises, branchez-vous!», *Les Affaires*, (19 août 1995), p. 6.
- LARAMÉE, Alain. «Le développement régional à l'ère des télécommunications: quelques hypothèses de recherche», *Cahiers de Géographie du Québec*, vol. 34, no 91 (avril 1991), p. 33-44.
- LARAMÉE, Alain «Pour une nouvelle approche de la recherche sur la maîtrise socio-spatiale des NTIC», Dans *Le Québec des régions: vers quel développement?*, sous la direction de Serge Côté, Rimouski, GRIDEQ et GRIR, 1995, p. 173-183.
- LEFEBVRE, Alain, TREMBLAY, Gaëtan. *Autoroutes de l'information et dynamiques territoriales*, Le Mirail, Sainte-Foy, Presses Universitaires du Mirail, Presses de l'Université du Québec, 1998, 345 p.
- LESSER, B. et P. HALL. *Telecommunications services and regional development: the case of Atlantic Canada*, Halifax, The Institute for research on public policy, 1987. 185 p.
- MARCHIPONT, Jean-François. *Les nouveaux réseaux de l'information, enjeux et maîtrise de la société de l'information*. Paris, édition Continent Europe, 1995. 175 p.
- Matritech inc., «Bienvenue chez Matritech; Welcome to Matritech», <http://www3.sympatico.ca/matritech.inc/>, 11 août 1998.
- Ministère de l'industrie et du commerce. *Classification des activités économiques*. Ottawa, Bureau fédéral de la statistique, 1971. 278 p.
- MRC Drummond, «Un monde d'action», <http://www.cdrummond.qc.ca/mrc/accueil.htm>, 25 août 1998.
- MRC Drummond, «Municipalités locales» <http://www.cdrummond.qc.ca/mrc/munlocales.htm>, 25 août 1998.
- Office de la langue française, «Vocabulaire d'InterNet Plus», <http://www.olf.gouv.qc.ca/service/pages/interNet2.html>, 30 mai 1998.

- PAQUIN, Guy. «Les Québécois sont de plus en plus branchés», *Le Devoir*, Cahier spécial (samedi-dimanche 27-28 juin 1998) p. 12.
- PROULX, Marc-Urbain. «Milieux innovateurs et développement régional», *Canadian journal of Regional science; Revue canadienne des Sciences Régionales*, vol. 15, no 2 (été 1992), p.143-148.
- RALLET, Alain. «Les télécommunications: un facteur clé du développement régional?», *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, no 1 (1993), p. 97-119.
- RENS, J.-G.. *L'Empire invisible*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 1993. 2 vol.
- Réseau d'échanges Drummond, «Réseau d'échanges Drummond», <http://www.cdrummond.qc.ca/red/index.html>, 1998.
- Réseau interdisciplinaire scientifique québécois (RISQ), «Troisième enquête du RISQ», <http://www.risqu.qc.ca/enquete3/index.html>, 1998.
- Restaurant Saigon, «Restaurant Saigon», <http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/saigon/>, 1998.
- Rose Drummond, «Rose Drummond inc.», <http://www2.9bit.qc.ca/webcom/rosedrummond/?896789660>, 1998.
- SCHMAMDT, Jrgen, et al. *Telecommunications and rural development: a study of privat and public sector innovation*. New York, Praeger, 1991. 262 p.
- Statistique Canada. *Recensement de 1992*, Ottawa, 1996.
- THÉRY, Gérald. *Les autoroutes de l'information*, Rapport au Premier Ministre, Paris, Imprimerie Gauthier-Villars, 1994. 127 p. coll. des Rapports officiels.
- Toyota Drummond, «Toyota Drummond» <http://www.9bit.qc.ca/~toyota/>, 1998.
- TURENNE, Martine. «Les 15 villes de la relance», *L'actualité* (15 novembre 1997), p. 16-36.
- Valentine, Vallentine-Accueil, <http://www.valentine.qc.ca>, 1998.
- Ville de Drummondville, «Bienvenue à Drummondville» <http://www.drummond.com/ville/index.htm>, 1998.
- 9e Bit, «de 9e Bit une vision Net», <http://www.9bit.qc.ca/accueil/index.html>, 1998.

# ANNEXE 1

## GRILLE D'ANALYSE DES SITES WEB

Date d'observation : \_\_\_\_\_

### Observations générales

Titre du site : \_\_\_\_\_  
 Adresse Internet : \_\_\_\_\_  
 Serveur : \_\_\_\_\_  
 Nom de l'organisation : \_\_\_\_\_  
 Adresse civique de l'organisation : \_\_\_\_\_  
 Personne-ressource à contacter : \_\_\_\_\_  
 N° de téléphone et télécopieur : \_\_\_\_\_

### Description du site

Type d'organisation :

- privée                       publique                       associative                       autre

Secteur d'activité :

- agricole                       pêche et piégeage                       forestier                       minier  
 manufacturier                       construction                       transp. et entre.                       communication  
 com. en gros                       com. au détail                       financ. ass. imm.                       serv. aux ent.  
 serv. gov.                       serv. ens.                       serv. santé                       hébergement  
 restauration                       autre

Contenu littéraire :

*décrit :*

- produit                       fournisseur                       organisation                       service  
 marché                       personnel

*localisation de l'organisation :*

- ad. civique                       plus détail                       carte  
*rôle de l'organisation dans le système :*  
 local                       régional                       provincial                       autre

Contenu graphique (présence de...):

- couleur                       photos                       cartes                       figures  
 autre

Langue utilisée :

- français                       anglais                       autre

Possibilité d'interactions :

- courriel                       autre                       aucune

**Intraliens :***nbre. de pages :* 1 seule page       1 à 4 pages       5 pages et plus*état du développement :* complet       partiel**Hyperliens :** sites du Web drummondvillois       sites du Web québécois sites du Web régional       autre aucun**Notes personnelles**

Appréciation du contenu :      0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

Appréciation du contenu graphique : 0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

Appréciation générale :      0 - 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

Commentaires / impressions :

---

---

---

---

# ANNEXE 2

## GLOSSAIRE

**COMMERCE ÉLECTRONIQUE**, *electronic trading* : Activité commerciale qui permet de faire des achats de biens et services par voie électronique grâce au réseau InterNet.

**COURRIEL**, *mail boxing* (e-mail) : Service de correspondance sous forme d'échange de messages électroniques, à travers un réseau de téléinformatique.

**EXTRANET**, *extralNet* : Réseau de téléinformatique à caractère commercial constitué des intraNets de plusieurs entreprises qui communiquent entre elles à travers le réseau InterNet au moyen d'un serveur Web sécurisé.

**INTRANET**, *intraNet*

**RÉSEAU INTRANET** : Réseau de téléinformatique privé qui utilise les protocoles de communication et les technologies d'InterNet.

**LIEN HYPERTEXTE**, *hypertexte link*

**HYPERLIENS**, *hyperlink* : Connexion activable à la demande dans le Web, reliant des données ayant une relation de complémentarité les unes avec les autres, et ce, peu importe où elles se trouvent dans InterNet.

**LIEN INTRAPAGE**, *intradocument hyperlink*

**INTRALIENS** : Lien hypertexte reliant des parties d'un même document HTML.

**PAGE WEB**, *Web page* : Document hypertexte diffusé dans le Web, qui forme un tout couvrant un sujet donné.

**RÉSEAU INTERNET**, *WorldNet*

**INTERNET**

**Net** : Réseau informatique mondial constitué d'un ensemble de réseaux nationaux, régionaux et privés, qui sont reliés par le protocole de communication TCP-IP et qui coopèrent dans le but d'offrir une interface unique à leurs utilisateurs.

**SERVEUR**, *server* : Composante d'un modèle client-serveur abritant une ou des bases de données auxquelles peuvent faire appel les utilisateurs du réseau, à partir de leur propre ordinateur.

**SITE WEB**, *Web site* : Site InterNet où sont stockées des données accessibles par le Web.

**WEB**, *World Wide Web* : Système basé sur l'utilisation de l'hypertexte, qui permet la recherche d'information dans InterNet, l'accès à cette information et sa visualisation.

**Source** : Office de la langue française, Gouvernement du Québec *Lexique des termes utilisés dans le monde Internet*, <http://www.olf.gouv.qc.ca/service/pages/interNet2.html>, 30 mai 1998.

# ANNEXE 3

## GRILLE D'ENTREVUE (ENTREPRENEUR S'AFFICHANT SUR LE NET)

Entreprise ou organisme rencontré : \_\_\_\_\_  
 Nom de la personne interrogée : \_\_\_\_\_  
 Nom de la personne interrogée : \_\_\_\_\_  
 Nom de la personne interrogée : \_\_\_\_\_  
 Fonction dans l'entreprise ou organisme : \_\_\_\_\_  
 Adresse électronique : \_\_\_\_\_

### A. Votre organisation

1. Comment décririez-vous votre entreprise ou organisme ? Quels services ou produits offrez-vous ? Quelle clientèle voulez-vous rejoindre ? Quel est votre secteur économique ?
2. Depuis quand êtes-vous implanté à Drummondville ?
3. Quel est le rayonnement de votre entreprise ou organisme ? Vos produits et services s'adressent-ils à une clientèle locale, régionale ou interrégionale ?

### B. Votre présence sur le Net

1. Vous avez un site sur le Net, comment vous est venue cette idée (éléments déclencheurs) ?
2. Qui vous fournit les moyens technologiques et l'assistance pour assurer votre visibilité sur le Net ? Est-ce une entreprise drummondvilloise ?
3. Quelle est la technologie utilisée ?
4. Quelle est la place occupée par le Net dans vos stratégies de marketing ? Favorisez-vous ce moyen de communication davantage que n'importe quel autre ?
5. Croyez-vous rejoindre une nouvelle clientèle via le Net ? Si oui, laquelle et pourquoi ? Sinon, alors pourquoi votre présence sur le Net ?
6. Que visez-vous par votre présence sur le Net (nouveau marché, nouvelle clientèle, etc.) ?
7. De quelle façon votre présence sur le Net répond-elle à un besoin dans la population ?
8. D'où vous proviennent les fonds pour développer votre site ? Recevez-vous une aide financière sous forme de subvention ?

**C. Les impacts du recours à l'autoroute de l'information**

1. Les résultats que vous obtenez suite à votre présence sur le Net justifient-ils vos investissements ? Avez-vous atteint vos objectifs ? De quelle façon ?
2. Quelles étaient vos attentes face à votre présence sur le Net ?
3. Depuis le développement de votre site, y-a-t-il eu des changements dans votre entreprise (clientèle, chiffre d'affaire, nombre de ventes, etc.) ? Pensez-vous que cela est dû à votre présence sur le Net ?
4. Est-ce que le rayonnement de votre entreprise s'est agrandi ? Si oui, comment comparativement à précédemment ?
5. Si le processus de mise en marché de votre site était à refaire, que voudriez-vous changer ?
6. De quelle façon percevez-vous l'impact que produit votre site sur la ville, la région de Drummondville ?

**D. Le futur**

1. De quelle façon qualifieriez-vous le développement de votre site ?
2. De quelle façon qualifieriez-vous le développement d'InterNet à Drummondville ?
3. Quels sont vos objectifs futurs (élargir le champ d'action, augmenter la clientèle, etc.) sur le Net ?
4. Que pensez-vous des impacts de l'autoroute de l'information sur le développement de la région ?

Merci beaucoup  
Claudia Gauthier

# ANNEXE 4

## GRILLE D'ENTREVUE (FOURNISSEUR DE SERVICES ET/OU DE SERVEURS)

Entreprise ou organisme rencontré : \_\_\_\_\_  
 Nom de la personne interrogée : \_\_\_\_\_  
 Fonction dans l'entreprise ou organisme : \_\_\_\_\_  
 Adresse électronique : \_\_\_\_\_

### A. Votre organisation

1. Comment décririez-vous votre entreprise ou organisme ? Quels services offrez-vous ? Quelle clientèle voulez-vous rejoindre ? Quel est votre secteur économique ?
2. Depuis quand êtes-vous implanté à Drummondville ?
3. Quel est le rayonnement de votre entreprise ou organisme ? Vos produits et services s'adressent-ils à une clientèle locale, régionale ou interrégionale ?

### B. Votre rôle d'agent de développement d'InterNet

1. Plusieurs sites de la région drummondvilloise sur le Net sont issus de votre entreprise. Pourquoi avez-vous offert ce service aux entreprises et organismes de la région ?
2. Existe-t-il une concurrence entre fournisseurs d'InterNet ? Est-ce seulement entre les fournisseurs de la région ou est-ce que des entreprises extérieures à Drummondville veulent y développer une part de marché ?
3. Comment votre entreprise se démarque-t-elle des autres en matière de produits et services technologiques offerts aux entreprises voulant un site sur le Net ?
4. Quel moyen technologique utilisez-vous pour répondre à la demande ?
5. Est-ce qu'il existe des partenariats entre le secteur privé et public ou au sein du secteur privé pour faire de Drummondville une ville bien présente sur le réseau InterNet ? Comment ces partenariats s'expriment-ils ?
6. Est-ce que vous estimez que la région drummondvilloise occupe une place importante sur le Net ? Comment qualifieriez-vous cette place (retard, avance sur les autres régions) ?

### C. Les impacts du développement de l'autoroute de l'information

1. Qui bénéficie des services que vous offrez ?
2. Comment décririez-vous les réactions des consommateurs de vos services (entreprises ou organismes) et de la population en général face aux sites sur le Net ?

3. Pensez-vous que vous avez amélioré la qualité des services à la collectivité? De quelle façon?
4. Qui bénéficie des retombées des nombreux sites drummondvillois sur le Net ?
5. De quelle façon croyez-vous que le rayonnement de Drummondville s'est étendu via le Net ? Pensez-vous qu'InterNet et ses retombées vont modifier la place qu'occupe Drummondville au sein du réseau urbain québécois ? De quelle façon ? Où se trouve Drummondville aujourd'hui comparativement à avant quant à sa présence sur InterNet ?
6. Comment qualifieriez-vous les impacts liés au développement d'InterNet sur la population drummondvilloise, sur les groupes sociaux et les entreprises de la ville ?

#### **D. Le futur**

1. Comment croyez-vous que le réseau InterNet va continuer de se développer à Drummondville ?
2. Comment qualifieriez-vous le rythme de croissance des sites sur le Net ? Comment expliquez-vous ce rythme de croissance ? S'il y a une extension, vers quel marché sera-t-elle dirigée ?
3. Pensez-vous qu'InterNet va gagner de la popularité au sein de la population drummondvilloise ? De quelle façon cette popularité va se développer ? Et se manifester ?
4. Dans une perspective plus générale, comment situez-vous le développement de l'autoroute de l'information drummondvillois par rapport aux autres régions québécoises ?
5. Est-ce qu'il existe une forme de compétition entre les régions en matière de développement de l'inforoute ? Comment se traduit-elle ?

Merci beaucoup  
Claudia Gauthier

# ANNEXE 5

## LISTE DES ORGANISATIONS RENCONTRÉES LORS DES ENTRETIENS

1. **Bibliothèque Drummondville**  
Pierre Meunier  
5-45, des Écoles  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-6573  
biblio.drummondville@dr.cgocable.ca
2. **Cégep de Drummondville**  
Ghislain Durand  
960, Saint-Georges  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-46-71 poste 223
3. **Chambre de Commerce**  
Jacques Mathieu  
405, Saint-Jean  
Drummondville (Québec)  
(819) 477-7822
4. **C/L Info-attraits**  
Denis Lyonnais  
1350, Michaud  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-4655  
drummond@infoattraits.qc.ca
5. **Collège Saint-Bernard**  
André Lafrenière, service informatique  
25, des Frères  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-3330
6. **Commission scolaire DesChênes**  
Jacques Proulx, service informatique  
211, Saint-Édouard  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-68-37  
jacques.proulx@csdeschenes.qc.ca

7. **Corporation de développement du Centre-ville**  
Guy Drouin, président  
150, Hériot  
Drummondville (Québec)  
(819) 472-2995
8. **École Saint-Pie X**  
Luc Dumont  
277, Ringuet  
Drummondville (Québec)  
(819) 474-0718  
stpiex@csdeschenes.qc.ca
9. **Fondation la Poudrière**  
Benoît Lacharité  
1125, Jean-de-Brébeuf  
Drummondville (Québec)  
(819) 474-0757  
fondation.lapoudriere@drummond.com
10. **Infoteck InterNet**  
416, Lindsay  
Drummondville (Québec)  
(819) 477-22888  
service@infoteck.dr.qc.ca
11. **Jeunes entrepreneurs Centre-du-Québec**  
Geneviève Allaire  
50, Dunkin  
Drummondville (Québec)  
(819) 477-2050  
info@jecq.qc.ca
12. **MRC Drummond**  
Raymond Malouin, secrétaire-trésorier  
Jean Dufresne, conseiller en communication  
436, Lindsay  
Drummondville (Québec)  
(819) 477-2230  
mrcdr@cdrummond.qc.ca
13. **Multi-Liens**  
Jean Boilard  
874, Jean-de-Brébeuf  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-8886  
www.multi-liens.com

**14. Service d'animation en développement local MRC Drummond**

Éric Martel  
960, Saint-Georges  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-4671 poste 220  
emartel@cdrummond.qc.ca

**15. Table de concertation éducation main d'œuvre**

Francis Rioux  
1525, Saint-Joseph  
Drummondville (Québec)  
(819) 475-8688  
drummondville@sqdm-gouv.qc.ca

**16. Ville de Drummondville**

Gilles Troie, responsable des communications  
413, Lindsay  
Drummondville (Québec)  
(819) 478-6550  
ville@cdrummond.qc.ca

**17. 9e bit**

Martin Legault  
715, Cormier  
Drummondville (Québec)  
(819) 475-4724  
mlegault@9ebit.qc.ca

## ANNEXE 6

## LISTE DES SITES WEB ANALYSÉS

1.	Camping des Voltigeurs ,	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/voltigeurs">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/voltigeurs</a>
2.	Club de Golf et Curling	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/golf-drummond/">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/golf-drummond/</a>
3.	Crêperie Bretonne	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/crêperie-bretonne">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/crêperie-bretonne</a>
4.	Rendez-vous du vélo 11e édition	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/velo">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/velo</a>
5.	Restaurants Mikes	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/mikes/">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/mikes/</a>
6.	Restaurant Saigon	<a href="http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/saigon/">http://www.info-attraits.qc.ca/tourisme/saigon/</a>
7.	Abénakis	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~breuvage_drummond">http://www.9ebit.qc.ca/~breuvage_drummond</a>
8.	APAME	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/apame">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/apame</a>
9.	ASC inc.	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~samy/">http://www.9ebit.qc.ca/~samy/</a>
10.	Melançon et Picard inc.	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/assurances/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/assurances/</a>
11.	Auberge Universelle Hôtel	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/aub_uni/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/aub_uni/</a>
12.	Paul Biron Avocat	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/pbiron">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/pbiron</a>
13.	Boutique Mado	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/mado/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/mado/</a>
14.	Chambre de commerce Drummond	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/ccd">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/ccd</a>
15.	Chando	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~chando_index.html">http://www.9ebit.qc.ca/~chando_index.html</a>
16.	Chiropraticien	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/chiro-clinique">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/chiro-clinique</a>
17.	Clarks chariots élévateurs Canada	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~clarklift">http://www.9ebit.qc.ca/~clarklift</a>
18.	Collège St-Bernard	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~esbinfo/">http://www.9ebit.qc.ca/~esbinfo/</a>
19.	Cuisiboutique	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~cuisibou/">http://www.9ebit.qc.ca/~cuisibou/</a>
20.	Daniel Landry Notaire et...	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/dlandry/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/dlandry/</a>
21.	Drummond auto ltée	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/drummondauto/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/drummondauto/</a>
22.	Bel apparté Région Drummond	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~belapparte_drum.html">http://www.9ebit.qc.ca/~belapparte_drum.html</a>
23.	Escadrille Rabaska	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~dlandry/">http://www.9ebit.qc.ca/~dlandry/</a>
25.	Avantage Canada inc.	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~avantage_index.html">http://www.9ebit.qc.ca/~avantage_index.html</a>
26.	Hôpital vétérinaire Lindsay	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/veterinaire">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/veterinaire</a>
27.	Bijouterie Lampron	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/lampron/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/lampron/</a>
28.	Taekwon-do ITF	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~taekwon_do/">http://www.9ebit.qc.ca/~taekwon_do/</a>
29.	Lamerain	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~lamerain/">http://www.9ebit.qc.ca/~lamerain/</a>
30.	Morin Lepage Durocher	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~lmorin/">http://www.9ebit.qc.ca/~lmorin/</a>
31.	Les Assurances André Hamel	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~asshamel/">http://www.9ebit.qc.ca/~asshamel/</a>
33.	Restaurant O-Déli-Délice	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/odelidelice/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/odelidelice/</a>
34.	Resto bar le Pichet	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~rognév_lepichet/">http://www.9ebit.qc.ca/~rognév_lepichet/</a>
35.	Richard Généreux, avocat	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~genereux/">http://www.9ebit.qc.ca/~genereux/</a>
36.	Rose Drummond	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/webcom/roседrummond/">http://www.9ebit.qc.ca/webcom/roседrummond/</a>
37.	Sorenvig inc.	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~sorenvig/">http://www.9ebit.qc.ca/~sorenvig/</a>
38.	Toyota Drummond	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~toyota/">http://www.9ebit.qc.ca/~toyota/</a>
39.	Véranda Jardin	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~veranda/">http://www.9ebit.qc.ca/~veranda/</a>
40.	Yoseikan Budo	<a href="http://www.9ebit.qc.ca/~yoseikan/">http://www.9ebit.qc.ca/~yoseikan/</a>
41.	Le 9e Bit	<a href="http://www.9ebit.qc.ca">http://www.9ebit.qc.ca</a>
42.	Complexe Santé animale	<a href="http://www.alliance9000.com/E/462.html">http://www.alliance9000.com/E/462.html</a>
43.	Formations Spécialisés inc.	<a href="http://www.alliance9000.com/E/625.html">http://www.alliance9000.com/E/625.html</a>

44. Homéopathie Gisèle Thibault <http://www.alliance9000.com/E/624.html>
45. Les machineries Verville inc. <http://www.alliance9000.com/E/verville.html>
46. Café Yahou <http://www.cafeyahou.qc.ca>
47. Cdrummond.qc.ca <http://www.cdrummond.qc.ca>
48. Cégep de Drummondville <http://www.cdrummond.qc.ca/cegep/index.htm>
49. MRC de Drummond <http://www.cdrummond.qc.ca/mrc/>
50. Musilab <http://www.cdrummond.qc.ca/index.htm>
51. SADL MRC Drummond <http://www.cdrummond.qc.ca/sadl/index.htm>
52. Réseau d'échanges  
Drummond <http://www.cdrummond.qc.ca/red/index.htm>
53. Carrefour d'entraide  
Drummond <http://www.footNet.Net/~agepa/entraide.html>
54. CDC Drummond inc. <http://www.footNet.Net/~cdcd/cdcd.html>
55. Chez-nous entre hommes [http://www.footNet.Net/~agepa/hommes\\_hommes.html](http://www.footNet.Net/~agepa/hommes_hommes.html)
56. Maison des femmes de  
Drummondville <http://www.footNet.Net/~agepa/femmedrummond/femmedrummond.html>
57. RATTACQ [http://www.footNet.Net/~agepa/rattacq\\_rattacq.html](http://www.footNet.Net/~agepa/rattacq_rattacq.html)
58. Alter ego spiritus <http://www.ovni-alerte.com/alteregospiritus.html>
59. Ovni-Alerte [http://www.ovni-alerte.com/ovni\\_alerte.html](http://www.ovni-alerte.com/ovni_alerte.html)
60. Ass. des travailleurs  
autonomes... <http://autonome/dr.qc.ca>
61. Compucenter <http://compucenter.dr.qc.ca>
62. Festival de Blues  
Drummondville <http://blues.dr.qc.ca/>
63. Site du CV Drummondville <http://centre-ville.dr.qc.ca>
64. Domaine DR <http://dr.qc.ca/>
66. Infoteck InterNet <http://infoteck.dr.qc.ca/>
67. Corps de cadet de la Marine  
Royale... [http://www.drummond.com/cbolduc\\_cader\\_index.htm](http://www.drummond.com/cbolduc_cader_index.htm)
68. Équipement dessin technique [http://www.drummond.com/dessin\\_index.htm](http://www.drummond.com/dessin_index.htm)
69. Bella coiffure [http://www.drummond.com/bella\\_index.htm](http://www.drummond.com/bella_index.htm)
70. La Bloc Vert [http://www.drummond.com/blocvert\\_index.htm](http://www.drummond.com/blocvert_index.htm)
71. Challenge des Amériques [http://www.drummond.com/challenge\\_index.htm](http://www.drummond.com/challenge_index.htm)
72. Collège d'Affaire Éllis [http://www.drummond.com/ellis\\_index.htm](http://www.drummond.com/ellis_index.htm)
73. Consultant Lagoff <http://www.drummond.com/index.asp>
74. Étonnez vos sens [http://www.drummond.com/esse\\_index.htm](http://www.drummond.com/esse_index.htm)
75. Festival Mondial de Folklore  
Drummondville [http://www.drummond.com/folklore\\_index.htm](http://www.drummond.com/folklore_index.htm)
76. Fondation la Poudrière [http://www.drummond.com/poudriere\\_index.htm](http://www.drummond.com/poudriere_index.htm)
77. Fondel Drummond [http://www.drummond.com/fondel\\_index.htm](http://www.drummond.com/fondel_index.htm)
78. Lazer inox [http://www.drummond.com/lazer\\_index.htm](http://www.drummond.com/lazer_index.htm)
80. Stéréo Plus audio-vidéo [http://www.drummond.com/stereoplus\\_index.htm](http://www.drummond.com/stereoplus_index.htm)
81. Triathlon Cascades de  
Drummondville [http://www.drummond.com/triathlon\\_index.com](http://www.drummond.com/triathlon_index.com)
82. Ville de Drummondville <http://www.drummond.com/ville/index.htm>
83. Lepage Info-cartes <http://drummond.com/slepage/index.htm>
84. Calcul LJ <http://drummond.com/calculj/index.htm>
85. La caisse populaire St-Frédéric [http://www.drummond.com/cdcd\\_membres\\_caisse\\_index.htm](http://www.drummond.com/cdcd_membres_caisse_index.htm)
86. Corporation de <http://www.drummond.com/cdcd/index.htm>

- développement...
87. Groupe Investi Travail <http://drummond.com/pcmax/git.htm>
88. Guide Info Québec <http://drummond.com/guideinfo/index.htm>
89. Les Voltigeurs de Drummondville <http://drummond.com/voltigeurs/index.htm>
90. Chiffres plus Nepveu inc. <http://drummond.com/nepveu/index.htm>
91. PDG de l'informatique <http://drummond.com/pdg/pdginfo.htm>
92. Voyage Conseil <http://voyageconseil.qc.ca/>
93. Explorer Info-attraits <http://info-attraits.qc.ca>
94. Americ <http://transcontinental-qtc.com/usines/plan0014.htm>
95. Vision <http://ecole-vision.qc.ca/>
96. L'académie de Ballet de Drummondville [http://sites.crocable.ca/crc/crc\\_pgs.P-organ/balldrum.htm](http://sites.crocable.ca/crc/crc_pgs.P-organ/balldrum.htm)
97. Académie de massage scientifique <http://www.academiedemassage.com>
98. Prodction Adhoc Le groupe <http://www.adhoc.ca/adhoc3/equipe.html>
99. .Aikibudo [http://www.cam.org/~gagnone\\_drummond.htm](http://www.cam.org/~gagnone_drummond.htm)
100. Bar 8e ciel [http://www.comm.uqam.ca/~riaq/intergen\\_drummond.html](http://www.comm.uqam.ca/~riaq/intergen_drummond.html)
101. Bibliothèque de Drummondville données... [http://tornade.ere.umontreal.ca/~carmellu/ebst\\_stats\\_BP\\_biblio\\_37\\_liste.htm](http://tornade.ere.umontreal.ca/~carmellu/ebst_stats_BP_biblio_37_liste.htm)
102. Mon choix: Les Promenades... <http://www.promenadedrummondville.com>
103. Biblio publique Drummondville <http://www.bibliombf.qc.ca/drv.htm>
104. Boutique Mado <http://boutiqueimpact.qc.ca/index.htm>
105. Clinique thérapeutique Luc Desjardins <http://lucdesjardins.qc.ca/>
106. Club Optimiste de Drummondville [http://www.optimiste\\_drummondville.qc.ca](http://www.optimiste_drummondville.qc.ca)
107. Dixie Lee <http://dixielee.dr.qc.ca/index.htm>
108. Drummondville Olympique <http://drummondville-olympique.qc.ca>
109. EnviroSol <http://www.bvx.ca/envirosol>
110. Le Monde Net café <http://www.mondenercafe.qc.ca>
111. Mouvement les personnes d'abord <http://www.mpla-drummond.qc.ca>
112. Bienvenue chez Matritech inc. <http://www.sympatico.ca/matritech.inc>
113. Motel Alouette [http://motel\\_alouette.qc.ca/](http://motel_alouette.qc.ca/)
114. Montel Blanchet <http://www.fortune1000.ca/motelblanchet.inc>
115. Multi-Liens <http://www.multiliens.com/>
116. Nickels <http://noekels.qc.ca/>
117. Patio Intel X <http://patiointel-x.qc.ca>
118. Sérigraphie Drummond <http://serigraphie-drummond.qc.ca/>
119. Shawn Phillips... [http://www.etsmlt.ca/pers/iboisono\\_shawnphillips\\_pgs\\_apr2697.htm](http://www.etsmlt.ca/pers/iboisono_shawnphillips_pgs_apr2697.htm)
120. Commission scolaire DesChênes <http://csdeschenes.qc.ca>
121. École Saint-Pie X <http://www.csdeschenes.qc.ca/st-pieux/>
122. Club Informatique DesChênes <http://www.csdeschenes.qc.ca/cide/>
123. Société d'histoire de Drummondville <http://histoire-drummond.qc.ca/bienvenue.htm>

124. Société de zoothérapie de  
Drummondville <http://www.zoothérapie.com/>
125. TCEMD <http://www.tcmd.qc.ca/>
126. Centraide Canada <http://www.uwc-cc.ca/quedrum.html>
127. La Depanshop <http://www.info-attraits.qc.ca/affaires/depanshop>
128. Le canard a porté de... <http://www.chasseur.com/>
129. Le Jardin de Provence <http://jardin-de-provence.qc.ca/>
130. Les Jeunes entrepreneurs... <http://www.jecq.qc.ca/entre.htm>
131. Makinaw c'est <http://makinaw.qc.ca>