

# Migrants internationaux et nouvelles technologies : la recomposition des relations au pays d'origine

Béatrice VERQUIN<sup>1</sup>

---

## RÉSUMÉ

La distance séparant le migrant de son pays d'origine dépend évidemment de la position géographique de son pays de résidence, mais également et de plus en plus, elle est aussi à mettre en relation avec les réseaux de transports et de télécommunications. Ces réseaux révolutionnent les liens entretenus par les migrants à leur pays d'origine. Les durées nécessaires pour la mise en relation de deux espaces ou de deux individus se réduisent. Ce rapprochement virtuel, qui s'appuie en particulier sur les télécommunications et les médias électroniques constituent une liaison devenue quotidienne avec le pays d'origine et le rêve enfin réalisé de l'ubiquité. Mais n'est-ce pas là une utopie ?

## ABSTRACT

The distance separation of the migrant of his country of origin relies obviously on the geographic position, but qually more and more it also depends of the system of transportations and telecommunications. Due to these means of netorks, the migrants have maintained their links with their country of origin. Henceforts, the world has become small due to the rapid phase of developpement in the telecommunications and electronic media by which the migrants could be simultanearly in touch with the country of origin and withe their residence. But it is not an utopia?

La géographie des relations de l'homme à l'espace a été profondément transformée par l'arrivée des télécommunications. La distance séparant le migrant de son pays d'origine dépend évidemment de la position géographique de son pays de résidence, mais également et de plus en plus, elle est aussi à mettre en relation avec les réseaux de transports et de télécommunications. Se conjuguent donc aujourd'hui une géographie " ordinaire " ou " géospace " ; celle des kilomètres, de l'effort physique, du temps et des coûts et une autre géographie, " extraordinaire ", le " cyberspace ", influencé non plus par la seule proximité géographique, mais par les interactions fréquentes et massives qui peuvent s'effectuer malgré la non contiguïté spatiale, dans des espaces " interconnectés " et privilégiés à bien des égards (services, qualification, compétences, etc).

Cet espace virtuel, appelé couramment " cyberspace " ou " cybermonde " ne modifie pas le territoire, en revanche, il le complexifie. Les durées nécessaires pour la mise en relation de deux espaces ou de deux individus se réduisent. Les

---

<sup>1</sup> Docteur en Géographie, Attachée temporaire d'enseignement et de recherche à l'Université de Poitiers (France), membre de l'équipe MIGRINTER, CNRS-UMR 6588, MSHS - 99 Avenue du Recteur Pineau 86 000 Poitiers France. Visitez le site Migrinter / Visit our site Migrinter: <http://www.mshs.univ-poitiers.fr/migrinter/membres/verquin.htm>

✉ [beatrice.verquin@mshs.univ-poitiers.fr](mailto:beatrice.verquin@mshs.univ-poitiers.fr)

contacts entre plusieurs pays à la fois, donc le chevauchement des espaces, sont rendus possibles. Ce rapprochement virtuel, qui s'appuie en particulier sur les télécommunications et les médias électroniques constituent une liaison devenue quotidienne avec le pays d'origine et le rêve enfin réalisé de l'ubiquité. Mais n'est-ce pas là une utopie ? Il est vrai que la dématérialisation des rapports humains et des relations économiques entraînent de nombreux fantasmes ; de l'économie " hors sol " (Musso, 1995) à la réalité virtuelle, la plupart de ces rêves sont en relation avec l'espace et se résument en une seule question : l'espace peut-il être aboli ? Aussi plutôt que de s'interroger sur la question de savoir si ces technologies vont modifier globalement l'organisation de l'espace et dans quel sens, il convient avant tout de préciser quelle place elles occupent et occuperont chez les migrants, dont les choix concourent à façonner les territoires. La présence de NTIC favorise-t-elle l'implantation de nouvelles communautés, dans les pays auparavant peu attractifs ? Ces nouvelles technologies de la communication ne freinent-elles pas l'intégration des migrants dans leur pays de résidence, en permettant une relation quasi permanente et instantanée avec le pays d'origine ? A l'inverse, ne favorisent-elles pas une intégration plus grande des différents membres de la communauté française dans le monde, en renforçant un éventuel phénomène de " diaspora " ?

Pour répondre à ces questions, une enquête réalisée dans le cadre de notre doctorat, auprès de 640 Français expatriés, en Turquie, Belgique, Côte-d'Ivoire et Etats-Unis, nous servira de support. Elle met d'une part en évidence la multiplication et la diversification des contacts avec le pays d'origine et la complexité de l'organisation des territoires. D'autre part, elle illustre le classement des espaces mondiaux en fonction de leur " pouvoir communicant ".

## **LA MULTIPLICATION DES CONTACTS AVEC LE PAYS D'ORIGINE**

Les notions de distance et de frontière, auxquelles se rapporte par essence la migration internationale, sont finalement relatives, et de nos jours de plus en plus. Tandis que la liaison aérienne entre Paris et New-York est de 6 heures, la liaison transatlantique en fibres optiques entre les continents américain et européen est de 0,02 sec ! Le développement des réseaux de transport et de communication révolutionne les liens entretenus par le migrant à son pays d'origine, voire même aux différents pays de résidence qui ont jalonné son parcours migratoire. Et l'on avance l'idée de la restructuration du territoire par les réseaux, ces derniers étant bien sûr indissociables des échanges et des flux qui les parcourent. Cette conception résulte d'un raisonnement par analogie entre transports et télécommunications, à tel point que l'on évoque de plus en plus, une substitution des uns par les autres, ce qui amène à imaginer par exemple, que les cadres internationaux feront place aux moyens techniques. En fait, on observe une polarisation croissante de l'espace, accélérée de façon convergente par les flux de transport et de communications, lesquels s'accompagnent la plupart du temps des flux migratoires. La domination politique, économique, culturelle de certains territoires est évidente et les flux d'informations qui circulent sont à l'image de la hiérarchisation qui existe entre les

différents espaces mondiaux. Les stratégies de carrière des élites professionnelles supposent par conséquent des choix judicieux dans les affectations géographiques qui ne procurent pas toutes les mêmes profits. Cela conduit à la cotation des espaces par les cadres internationaux. Ce ne sont pas les mêmes cadres que l'on rencontre dans les pays pauvres et les pays riches. Les cadres techniques sont davantage présents en Afrique, en Amérique Latine tandis que les cadres dirigeants sont plus nombreux dans les pays développés. Il y a ceux où sont situés les sièges sociaux, les centres de décision et de pouvoir ; l'espace des pays riches. Un éloignement prolongé de ces espaces stratégiques, où se conçoivent, les classements professionnels, les réseaux d'informations, où se trouvent les personnes influentes, se traduit tôt ou tard par la détérioration de la réputation professionnelle et peut compromettre toute évolution de carrière. Parce que l'expérience internationale est assurée à ceux qui vont de l'avant, les pays qui " bougent ", qui incarnent l'avenir ; certaines destinations élargissent l'éventail des choix d'affectations ultérieures tandis que d'autres le restreignent. Ces règles de diffusion de la représentation des espaces mondiaux renforcent l'existence des systèmes dominants notamment, la hiérarchie Nord/Sud des espaces. La répartition spatiale des Français établis à l'étranger essentiellement concentrée dans l'hémisphère Nord (75% répartis entre l'Europe et l'Amérique du Nord), illustre à elle seule, la représentation mentale du monde des Français ainsi que la valeur professionnelle de ces migrants.

La diffusion des réseaux de télécommunication participe à ces déséquilibres (Goussot, 1998) et les dirigeants politiques cherchent à remédier au manque de pouvoir communicant des Etats dont ils ont la charge. Avec 77% de la population mondiale, le Tiers Monde représente moins de 5% des lignes téléphoniques de la planète. Aux perspectives de croissance extraordinaire de ces marchés (la Chine projette d'installer chaque année l'équivalent du réseau téléphonique total du Canada), répond une crainte d'une marginalisation accrue des " pays les moins connectés " (P.M.C) (Tronc, 1996) , qui détermine un nouveau type de classement de pays. Les personnes que nous avons rencontrées et qui bénéficient des nouvelles technologies de l'information et de la communication sont donc principalement installées en Belgique et aux Etats-Unis. Ces espaces privilégiés sont facilement reconnaissables, il s'agit de ceux qui sont fortement conditionnés par l'économie dite " globale ", qui se caractérise par la stratégie de domination de certaines métropoles mondiales. Jacques Bonnet précise (1997, 30) " *Parmi les fonctions métropolitaines essentielles, l'organisation des réseaux d'information paraît la plus importante, car elle traduit la double essence de la ville, à savoir d'une part sa capacité de création des informations et d'autre part sa capacité d'extraversion, son pouvoir de projection fonctionnelle à distance, selon les échelles variables, c'est-à-dire son rapport à l'espace. De façon complémentaire, on dira évidemment que l'économie d'information qui parachève la mondialisation et la dématérialisation des rapports économiques exacerbe les formes de métropolisation.* "

Même si la présence des nouvelles technologies de la communication dans

tel pays, ne devrait plus être considérée comme un luxe, il faut reconnaître que c'est encore souvent le cas. Les résidents français mettent donc en relation des espaces fortement favorisés, interconnectés, c'est le cas des communications établies entre certains pays de résidence et la France. En définitive, ce que l'on appelle couramment " l'intensification des échanges ", permet l'illusion du rétrécissement des distances, mais ce n'est pas l'espace qui est modifié, mais le temps.

### La fréquentation du réseau francophone des médias

La mise en orbite des satellites français de télécommunication, dès la fin des années quatre-vingt, semble de toute évidence avoir plusieurs objectifs. Il ne s'agit pas uniquement pour les pouvoirs politiques, d'offrir la possibilité de communiquer, mais également de permettre la diffusion de la langue française dans le monde et de favoriser le rayonnement de la culture nationale, si chère depuis longtemps à la France. Il ne semble pas, par contre, contrairement au cas du Maroc (De Tapia, 1999), que le souci de l'État était de resserrer les liens avec ses ressortissants établis à l'étranger, la France donne plutôt la priorité à la francophonie. Catherine Tasca, Secrétaire d'Etat à la Francophonie et aux relations culturelles extérieures, affirmait en 1992<sup>2</sup>, " *Sous le vocable " médias " on entend ici la radio, la télévision et la presse écrite. Ces dernières années une véritable révolution s'est opérée. En effet, si nous avons déjà de longue date des instruments médiatiques de présence à l'étranger, la technologie satellitaire a ouvert ces dernières années des possibilités infiniment plus grandes tant pour l'image que pour le son par la multiplication des canaux. C'est pour " le français " et là on peut jouer sur le mot : citoyen français, langue française, ceux qui parlent le français qu'ils soient français ou francophones, un atout considérable de projection vers l'extérieur. "*

Les médias radiophoniques et télévisuels sont désormais inscrits dans l'effort apporté par l'Etat français à ses relations extérieures. Un Conseil de l'Audiovisuel extérieur de la France a été créé à cet effet en 1989 et pose les questions des relations entretenues par la langue française et la culture française avec les médias, sous deux formes. L'une strictement linguistique : qualité de la langue sur les médias, rôle qu'ils peuvent jouer dans la promotion ou l'enseignement de la langue. L'autre plus large englobe tout ce qui fait référence à la France et " à ses valeurs ", c'est-à-dire la diffusion de l'idéal démocratique, du patrimoine français sur le plan : historique, littéraire, scientifique... Ainsi, faut-il surtout s'interroger sur le lien entre français et francophonie à travers les médias ? Est-ce seulement le français parlé en France qui doit être proposé et entendu sur ces médias, ou est-ce également le français parlé dans bien des parties du monde, avec ses variantes, ses ajouts ? Il va de soi que la position des Français établis à

<sup>2</sup> Table ronde n°1 " *Le Français et les média.* " Colloque " Français expatriés, partenaires de la coopération linguistique et culturel en Europe. " In : Français du monde, n°74, Paris, A.D.F.E., novembre-décembre 1992, pp. 8-12

l'étranger, par rapport à cette question, ne correspond pas forcément à la vision de l'Etat français.

Pour ce qui concerne la radio, le contexte économique de libéralisation, d'ouverture aux capitaux étrangers et d'abandon des monopoles d'Etat, crée aujourd'hui de très grandes opportunités. Par exemple, Radio France Internationale (RFI) est une société autonome depuis 1986, elle compte une cinquantaine de correspondants dispersés dans le monde et qui fournissent des informations sur chacun des pays dans lesquels ils sont établis. On peut souligner, que cette radio diffuse maintenant dans quatorze langues en plus du français. La diffusion se fait essentiellement par ondes courtes (738 mètres) grâce à des émetteurs situés en France, en Guyane et au Gabon. Elle propose quatre émissions qui concernent directement les Français établis à l'étranger. " Le magazine des Français à l'étranger " plus spécialement axé sur les questions d'enseignement, de protection sociale, de sécurité des communautés françaises expatriées et sur l'information politique française. " Un métier pour l'étranger " ; une autre émission informe les Français désireux de partir, notamment sur les formations les plus utiles pour trouver un emploi hors de France. Parallèlement à cette émission, Radio France Internationale diffuse également plusieurs fois par jour, des offres d'emploi en collaboration avec l'Office des Migrations Internationales, l'A.N.P.E. Internationale et l'Agence Pour l'Emploi des Cadres (APEC). Enfin, la dernière " Entreprendre à l'étranger ", comme son nom l'indique, a pour but de permettre l'émergence et la réalisation des projets des Français à l'étranger. Elle est animée par les présidents des Chambres de commerce et d'industries françaises à l'étranger et des directeurs de P.M.E-P.M.I. qui investissent à l'étranger. D'autres radios françaises émettent également dans certains pays étrangers, il s'agit par exemple de Radio Nostalgie, de France-Info et de France-Inter qui émettent par l'intermédiaire de TV5. Concernant l'écoute de la radio française, les 640 Français rencontrés donnent des informations très partagées. 52,2% affirment l'écouter et 47,8% ne pas l'écouter. Quant à la fréquence de cette écoute, les réponses sont tranchées, 41,5% une pratique quotidienne, 3,1% hebdomadaire, le reste étant composé de réponses très variées. L'utilisation de la radio est toujours indiquée comme étant un moyen de se rapprocher épisodiquement de la France, beaucoup moins fréquent que la télévision. Nos informateurs insistent sur l'importance des images ; " *pour se rapprocher de la France, il nous faut voir ce qui s'y passe.* " " *Les images nous permettent de nous projeter là-bas, comme si on y était, on se rend mieux compte de l'importance des événements, si ce qui se passe est important ou si c'est relatif.* "

Pour ce qui concerne la télévision, nos résultats montrent que ce média est devenu l'outil d'information le plus utilisé. Il est perçu comme indispensable, pour se tenir au courant des événements se rapportant à la France. 61, 8% de nos interlocuteurs s'informent par la télévision, quelle que soit son origine nationale, tandis 37,2% ne la regardent jamais. S'il est fréquent qu'un Français résidant à l'étranger regarde indistinctement la télévision locale ou la télévision française, la distinction est faite par le contenu des programmes consultés : le journal télévisé

dans le cas de la France, les films et le sport dans la cas du pays de résidence. La télévision française la plus regardée à l'étranger est TV5, parce que son audience potentielle est extrêmement importante grâce à une empreinte satellitaire très large. Les régions de la planète qu'elle couvre sont : l'Europe, le Maghreb, le Proche-Orient, l'Afrique, l'Amérique Latine et tout le continent nord américain. L'audience effective est difficile à évaluer car les mesures d'audience sur les chaînes satellitaires ne sont pas encore développées. Toutefois, les témoignages des résidents français que nous avons recueillis, indiquent que cette chaîne ne correspond pas à leur attente. Ils se plaignent de ne pas s'y retrouver ; il est vrai qu'elle ne vise pas avant tout le public français, mais se veut une télévision "pluraliste dans la langue et la culture françaises qu'elle véhicule". Outre cette chaîne, Canal France International (CFI) est également un grand opérateur à l'étranger, fonctionnant comme banques de programmes essentiellement au service des radiodiffuseurs publics des pays d'accueil. CFI a été l'une des premières télévisions présentes dans un grand nombre de pays d'Europe Centrale et Orientale au moment de leur libéralisation. Signalons également que France 2 est diffusée en Tunisie, elle est bien reçue en Algérie et son journal l'est également dans trois grandes métropoles américaines, mais à des heures indues (comme cela nous a d'ailleurs souvent été signalé, lors de nos enquêtes de terrain, quel que soit le pays) ! A San Francisco par exemple, on le reçoit du lundi au vendredi à 6h35 ou 7h05, le vendredi (seulement) à 16h et le samedi à 21h30, le dimanche à 6h et 7h ! TF1 est en train également de mettre au point un bouquet satellitaire qui permettra de proposer certains programmes à toute l'Europe . Enfin, Canal Plus a développé une entreprise en Belgique et en Espagne et pour l'Afrique, elle dispose d'une filiale " Canal horizon ".

### **Les nouvelles technologies qui révolutionnent les relations avec le pays d'origine**

Il est intéressant de constater que cette problématique est nouvelle et qu'elle s'est imposée à nous, au fur et à mesure des années consacrées à notre recherche. Il y a cinq ans, cette question n'avait pas sa place dans notre étude de l'émigration française, aujourd'hui, elle est devenue incontournable. Le développement des nouvelles technologies de la communication et en particulier, internet, ont véritablement révolutionné les relations des migrants à leurs pays d'origine.

La pratique des sites internet, un nouveau moyen de se tenir informé de ce qui se passe en France

On présente souvent Internet comme une préfiguration des "inforoutes" et autres "autoroutes de l'information". Jacques Chirac, Président de la République française affirmait au dernier sommet de la francophonie : " *Défendons et imposons le pluralisme linguistique sur les autoroutes de l'information. Le texte, le son, l'image francophones doivent être massivement présents. (...) Tout doit être fait*

*pour que les immenses trésors de notre langue, de nos cultures, de nos traditions comme de nos créations, puissent rayonner dans le monde entier<sup>3</sup>. ”*

Cela est vrai, mais cela ne rend pas assez compte de la nature profonde de la transformation qui est en train de s'opérer dans la manière de communiquer. Ainsi, par exemple, Radio-France<sup>4</sup> est présente depuis peu sur Internet. Ce réseau touche déjà plus de trente millions d'utilisateurs dans le monde et sa croissance est exponentielle. Il est donc possible, depuis n'importe quel endroit de la planète d'entendre les informations françaises via un ordinateur, qui les diffuse comme le ferait un poste de radio. Tout en continuant à écrire un texte ou compléter un graphique sur le même poste de travail. L'auditeur peut faire des pauses, réécouter un passage ou même conserver un flash information en mémoire. Ce sont les flashes d'informations de 8 heures et de 16 heures, temps universel, qui sont repris sur ce serveur. L'estimation faite par Radio France du public qui utilise déjà ce moyen de communication était de 15 000 connections en une semaine, trois mois après sa mise en service. 60% des connections provenaient de France et 40% de l'international. Les Français que nous avons rencontrés, avec leur mode de vie spécifique, comprennent très bien cette nouvelle dimension internationale du phénomène et les avantages qu'ils peuvent en retirer ; ils s'y sont très bien adaptés. Nous continuons à garder le contact avec un certain nombre d'entre eux, par ce moyen, encore aujourd'hui ! Pour la plupart, tout cela est naturel et n'a pour but que de faciliter l'entretien de leurs réseaux d'informations ou de relations, en France bien sûr, avec les collègues et la famille, mais également dans tous les pays où ils ont vécu. La dimension internationale de leur existence, est encore plus "réelle" en tout cas, les liens entre Français selon eux, "réalisables." Par conséquent, internet semble renforcer la diaspora française à travers le monde et nous allons tenter de le démontrer. Le concept de diaspora fait référence au lien (économique, associatif, culturel, technique...) de l'ensemble des différentes communautés françaises dispersées à travers l'espace migratoire; conformément à l'étymologie du terme qui s'appliquait à l'origine, aux communautés juives réparties à travers le monde. Cette notion qui a été réactualisée (Ma Mung, 1994), comporte de plus en plus une autre composante, celle de l'interpolarité liant entre elles ces différentes communautés et qui s'enracine dans la relation au pays d'origine.

Ce qui nous a tout d'abord surpris, c'est le foisonnement des sites existant, se rapportant aux Français établis à l'étranger. Nous avons effectué une recherche sur "fr.yahoo.com", (qui est un moteur de recherche d'Internet francophone) à "Français de l'étranger." En réponse, "Yahoo" indique 1077 pages Web (au 2 juillet 1999, dont 908 concernent réellement notre recherche) ! A partir de là, nous pouvons conclure qu'il existe au moins quatre types de sites. Le premier est constitué par les sites dont le but est la diffusion d'informations concernant

<sup>3</sup> Cité dans le journal France-Amérique du 22-28 novembre 1997, p.6

<sup>4</sup> <http://www.radio-France.fr>

l'expatriation. Bien sûr, la plupart des consulats et des ambassades<sup>5</sup> de France à l'étranger, mais aussi des administrations françaises qui gèrent de près ou de loin l'expatriation française, (ministères, associations françaises, O.N.G., Office des Migrations Internationales (O.M.I.), Conseil Supérieur des Français à l'étranger (C.S.F.E.), écoles françaises, Maison des Français de l'étranger<sup>6</sup>) ont constitué chacun leur site. Tous cherchent à renseigner le candidat au départ en fonction du pays de destination choisi. Les rubriques d'informations sont nombreuses (présentation complète du pays choisi, formalités de départ, déménagement, visa, sécurité, associations, écoles, vaccinations...). Le retour en France est également abordé et d'autres rubriques lui sont jointes (recherche d'emploi, impôts, chômage). Signalons également l'existence de sites spécialisés dans l'investissement immobilier des expatriés en France<sup>7</sup>. Cela prouve que ces sites s'adressent à la fois aux Français de France et à ceux de l'étranger. Viennent ensuite des sites dont l'objectif est la recherche de l'emploi à l'international. De l'A.N.P.E. International à l'O.M.I., on trouve également des sites spécialisés par filières professionnelles. C'est le cas de l'ARISE (animation du réseau des ingénieurs et scientifiques français à l'étranger<sup>8</sup>), ou bien encore de l'hôtellerie internationale<sup>9</sup> (**Photo 1**).

Ces sites ont pour objectif d'aider au recrutement et à l'information de nouveaux candidats au départ et connaissent un véritable succès. Webexpat<sup>10</sup> par exemple, propose aux 20 000 internautes qui le visitent chaque mois, des offres d'emploi sur vingt-cinq pays. Là encore, les informations communiquées sont spécifiquement adressées aux Français établis à l'étranger ou à ceux de France, il n'apparaît pas qu'elles puissent être destinées aux étrangers. Un troisième type et c'est pour nos recherches, le plus intéressant, est celui des sites animés et réalisés par les communautés françaises expatriées, elles-mêmes. Qu'il s'agisse de celle de San Francisco<sup>11</sup>, de Taïwan<sup>12</sup>, du Venezuela, ces sites sont extrêmement intéressants, parce qu'ils nous présentent la vie de la communauté française sur place à l'aide de photos. L'histoire de la création de ces sites est également instructive. Par exemple, rassemblant 200 membres actifs, Français résidant à Taïwan ou simplement francophones et francophiles, l'Association des Français de Taïwan (AFT), créée en 1991, s'est très tôt tournée vers le Web

### **Photo 1 : Le site de l'hôtellerie internationale**

<sup>5</sup> <http://www.France.diplomatie.fr>

Consulat de France a Istanbul (très bien) <http://www.Consulatfrance.org.tr/liens.htm>

<sup>6</sup> <http://www.expatries.org>

<sup>7</sup> <http://www.expat.org/immobilier/>

<http://www.immo-expat.com> (le magazine de l'habitat français des cadres français)

<sup>8</sup> <http://www.arise-fr.org>

<sup>9</sup> <http://www.lhotellerie.com>

<sup>10</sup> <http://www.webexpat.com>

<sup>11</sup> <http://www.accueil-sfo.org/nouveausite/carfe/index.html>

<sup>12</sup> <http://www.geocities.com/Paris/7596>

pour faciliter l'informations de ses membres. Comme la plupart des associations de Français établis à l'étranger, cette association est tout d'abord un point de rencontre et de loisirs. En plus des activités régulières hebdomadaires, l'association permet à l'ensemble des adhérents de se retrouver à l'occasion de soirées à thème, de manifestations sportives, de sorties organisées, ou de conférences. Les responsables expliquent : *" Pas question de se contenter de contacts au travers d'Internet : le réseau mondial n'est qu'un moyen de faire connaître l'association aux cadres français résidant à Taïpei, et de communiquer avec la France et d'autres associations de Français à l'étranger. (...) Le but est de se voir le plus souvent possible, certainement pas de se parler à distance par clavier interposé<sup>13</sup>. "* Précisons donc que l'objectif est de se faire connaître des Français ou des francophones résidant dans la région, en particulier des nouveaux arrivants, afin de les aider dans leurs démarches administratives ou dans leur recherche de logement ; ce qui se faisait dans le passé par le bouche à oreille.

Du même genre, un autre site : *" Les grenouilles câblées<sup>14</sup>. "* Sur la page

<sup>13</sup> Citation tiré d'un article paru dans Réussir à l'étranger, n°2, mars 1998, *" Internet soude les Français de Taïwan "*, p.19

<sup>14</sup> <http://wired.frogs.com>

d'accueil, une grenouille verte coiffée d'un béret et assise sur un globe terrestre (la vieille caricature du Français est reprise, il ne lui manque que la baguette). Né en 1995, ce club avait pour idée de départ, de pouvoir regrouper des expériences d'expatriés, afin de faciliter l'arrivée et l'installation de Français dans la Silicon Valley. De 1995 à 1997, le bouche à oreille est telle, que plus de 45 000 personnes visiteront cette page et les inscriptions au club arriveront des quatre coins de la planète. En fait, les adhérents des " Grenouilles cablées " (l'abonnement est gratuit) vivent dans plus de 50 pays différents et la Silicon valley n'est plus depuis longtemps, le seul sujet abordé. Devant un tel succès, le site vient d'être refait à neuf et propose maintenant de nouveaux services, comme la mise en contact des adhérents habitant la même région du globe, forums de discussions pour partager des expériences des uns et des autres, petites annonces, infos pratiques et une " newsletter ", une sorte de petit journal, appelé " les échos de la mare " qui permet de recevoir directement par E-mail, de nombreuses informations pour les Français de l'étranger.

Internet permet donc aujourd'hui de relier les différentes communautés françaises expatriées dans le monde, les unes aux autres et avec la France. Le réseau renforce les liens linguistiques et culturels, notamment pour les migrants les plus éloignés de la France. Une certaine image, bien franco-française, en ressort, même si ces sites pourraient s'adresser à tout individu, quelle que soit sa nationalité et le lieu où il se situe. Il semble que l'on puisse observer une plus grande polarité liant entre elles les différentes communautés françaises expatriées et qu'elle s'enracine dans la relation à la culture et au pays d'origine. Les Français expatriés installés dans certains pays connectés, communiquent entre eux via le net, ainsi, si nous nous appuyons sur le concept de diaspora développé par Emmanuel Ma Mung, nous pouvons affirmer que la " diaspora des Français " s'en trouve renforcée.

### **Le courrier électronique ou comment être proche tout en résidant loin**

Le courrier électronique constitue le plus grand changement dans la manière de communiquer des migrants. Il permet non seulement de transmettre du texte, mais aussi des photos, des sons et même des vidéos. Ce mode de correspondance est pour le moment bien adopté par les expatriés, mais me signalent-ils, uniquement pour correspondre entre eux. Car affirment-ils, " *il y a encore peu de personnes en France à être équipées et donc en capacité de recevoir des mèls.* " Toutefois, lorsque les membres de la famille sont équipés au pays d'origine, la correspondance est quotidienne. L'envoi de photos ou de dessins permettent aux grands-parents et aux enfants de se sentir plus proches. Les arguments apportés en appui aux réponses de l'enquête sur les moyens qui permettent de garder des liens avec la France, montrent donc une évolution extrêmement rapide dans la manière de garder le contact. Un Français de Côte-d'Ivoire déclare: " *Avant, on essayait d'écrire une lettre une fois par semaine, mais le temps que ça arrive, les nouvelles étaient déjà dépassées. Alors on téléphone beaucoup et c'est important d'entendre la voix de*

*ceux qu'on aime. Ça nous coûte une fortune, on a acheté un fax, pour réduire le budget communication.* ” Un résident de New-York : “ *Du contact par lettre, on est passé au fax ou au téléphone et maintenant on n'écrit plus que par courrier électronique.* ”

Toutefois, 71,2% des personnes rencontrées utilisent le courrier pour garder le contact avec la France, mais la plupart du temps, très rarement. Pour ceux qui écrivent le plus, 10% affirment le faire au moins un fois par semaine et le même pourcentage, une fois par mois. Le fax serait un moyen permettant de garder le contact avec le pays d'origine, moins répandu. A peine la moitié de notre échantillon, 45,4%, disent l'utiliser, la raison avancée pour expliquer cette pratique est simple, beaucoup ne l'ont pas encore en leur possession. Pour ceux qui en détiennent un, il ne semble pas qu'il soit davantage utilisé que le courrier, à peine 10% l'utiliseraient au moins une fois par semaine. En fait, son usage semble réservé au règlement des problèmes administratifs. Le principal moyen de garder le contact avec la France est donc le téléphone, 95,6% de nos interlocuteurs l'utilisent. Une personne sur quatre appelle sa famille en France, au moins une fois par semaine. Près de 10% disent le faire tous les jours, ce sont ceux qui possèdent un courrier électronique.

## CONCLUSION

Le propre de la culture internationale qui fonde le mode de vie des personnes interrogées, est la constitution d'un capital social, résultant aussi bien des atouts originaux qu'il faut préserver, que des acquisitions provenant des séjours à l'étranger : la connaissance des langues (même si nous pouvons souligner qu'elle restait encore globalement insuffisante pour les Français), des cultures et des modes de vie étrangers, la dispersion de la famille et des relations dans différents pays qui sont autant de contacts à l'étranger, la possibilité d'organiser le déroulement de sa carrière dans plusieurs pays... De là découle que la conception du rapport au pays d'origine, les choix matrimoniaux et le souci d'une double reconnaissance des acquis, en France et à l'étranger constituent les éléments essentiels de la stratégie sociale des élites professionnelles.

Quant à leur stratégie spatiale, outre qu'elles privilégient les espaces les plus favorisés de la planète, elles préfèrent également les capitales et grandes métropoles des pays où elles résident, aux petites villes ou espaces ruraux. Ces espaces cosmopolites, qui accumulent les richesses nationales, leur permettent plus facilement de valoriser les compétences professionnelles qu'elles ont acquises et répondent davantage sans aucun doute, à leur souci de confort et à leurs besoins de service, dont les moyens de communication font parties.

Leurs conditions de vie très confortables viennent compenser le renoncement qu'elles ont dû faire en s'établissant loin de chez elles. Pour les Français de l'étranger, l'attachement affectif à la France, comme espace de

référence, base de la culture et de l'identité, conduit rarement à un éloignement prolongé ou réel. L'emprise du pays de départ et de la société d'origine se mesure à l'ampleur des retours, même si la distance géographique joue un rôle non négligeable sur leur fréquence. D'autre part, le développement des nouvelles technologies de la communication semble encore rapprocher les migrants de leur pays d'origine en leur donnant l'illusion de la proximité physique.

## REFERENCES

- Bakis, Henry. 1983. Télécommunications et organisation de l'espace. Thèse d'Etat, Université de Paris I- Panthéon-Sorbonne.
- Bakis, Henry. 1997. Approche spatiale des technologies de l'information. in : Revue Géographique de l'Est, n°4, n° spécial " Télécommunications rhénanes ". 255-260.
- Bonnet, Jacques. 1997. Société de l'information, économie de services et métropolisation. in : Acta Géographica n° 109, 1.30-41.
- Goussot, Sylvain. 1998. Géographie des télécommunications. Paris, Armand Colin. 95 p
- La Documentation Française. 1996. Les nouvelles technologies de l'informatique et de la communication. Risques et opportunités d'une économie de l'immatériel. - in : Problèmes Economiques n° 2464-2465, 20-27 mars. 80 p
- Ma Mung, Emmanuel (Dir), Dorai, Kamel, Hily Marie-Antoinette, Loyer, Frank. 1998 " Bilan des travaux sur la circulation migratoire : rapport final commandé par le ministère de la Solidarité et de l'Emploi " Direction de la Population et des Migrations. Migrinter, Poitiers. In : *Migrations Etudes*, n°84, décembre 1998, 12 p. Téléchargement <http://www.adri.fr/me/annees/me1998.html>
- Osborn, D. 1997 " The international mobility of french managers. " in : European Management Journal, Vol 15, n° 5, octobre. 584-590
- Piolle, Xavier, 1991. Proximité géographique et lien social, de nouvelles formes de territorialité ? in : L'Espace géographique, Vol 1990-1991, n° 4. 349-358.
- Savy, Michel. 1991. Communications et localisations des activités. - in : Stratégies de communication et territoire. Mosso, P. et Rallet A. (dir), Paris; L'Harmattan, (Villes et Entreprises). 21-32.
- Tapia, Stéphane de. 1998. L'émigration marocaine à l'ère de la parabole ou chez soi ailleurs. in : La circulation migratoire dans les diasporas ouvrières de la Méditerranée. 98-115
- Tronc, Jean-Noël. 1996. Questions de société, réponses politiques. in : Regards sur l'actualité, n° 217, Janvier, spécial : " D'Internet aux autoroutes de l'information." 41-57
- Verquin, Béatrice. 2000. " Du " modèle migratoire colonial " à la circulation mondiale des élites professionnelles. Le cas des Français à l'étranger. " Université de Poitiers, Thèse de doctorat de Géographie, septembre 2000, 593 p (à paraître fin 2001, L'harmattan, collection : Géographie et Cultures).
- Verquin, Béatrice. Les Français à l'étranger : une population difficile à délimiter. In : Revue Européenne des Migrations Internationales, 1995, vol 11, n°3, p. 193-203
- Verquin, Béatrice. La mondialisation de l'économie et la mise en place d'un nouvel espace migratoire français. In Knafou Rémy. La planète " nomade ". Les mobilités géographiques d'aujourd'hui. Paris, Belin, 1998, p 175-192.
- Verquin, Béatrice. Français établis hors de France. Définitions, délimitations, sources et concepts. In : Dynamiques migratoires et rencontres ethniques. Paris, L'Harmattan, 1998, p. 73-86
- Volle, Michel. 1991. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication et la stratégie des entreprises. -in : Stratégies de communication et territoire. Mosso, P. et Rallet A. (dir), Paris; L'Harmattan, (Villes et Entreprises). 11-21.