

D.E.A SCIENCES DE L'INFORMATION ET LA COMMUNICATION

Mémoire Présenté pour l'Obtention de :

***DIPLOME D'ETUDE APPROFONDIE
D.E.A***

Option : Economie de l'Information :
les Systèmes d'Informations, Productions et Usages

THEME

**MARKETING DE L'INFORMATION SCIENTIFIQUE
ET TECHNIQUE (I.S.T) APPLIQUE
AU SYSTEME ALGERIEN**

Présenté Par :

M^{me} Samia SALHI

Dirigé Par :

Pr J.M SALAUN

**Ecole Nationale Supérieure
des Sciences de l'information
et des Bibliothèques
(E.N.S.S.I.B.)**

**D.E.A. Sciences de
l'information et de la communication
OPTION V**

MEMOIRE

**LE MARKETING DE L'INFORMATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
APPLIQUE AU SYSTEME ALGERIEN**

SAMIA SALHI

Directeur de recherche : Jean-Michel SALAÜN,

JUIN 1999

RESUME

Troisième âge de l'information, troisième âge du marketing, la société (mondiale) évolue et les concepts avec. Mais cette évolution ne va pas sans conséquence; si l'information devient un facteur de production essentiel pour certains pays, pour d'autres au contraire, elle est un facteur de dépendance. En effet ces progrès techniques et technologiques ne font que creuser davantage le fossé existant déjà entre pays en voie de développement et pays développés.

Cette étude s'est attachée à rendre compte des problèmes liés à la circulation de l'information scientifique et technique qui se posent à l'Algérie (en tant que pays en voie de développement) sur le plan international comme sur le plan interne, de donner un aperçu sur la politique nationale en matière de circulation de l'information scientifique et technique et de proposer, après une enquête réalisée auprès d'un échantillon d'utilisateurs de l'I.S.T., une politique marketing adaptée à la situation du pays.

SOMMAIRE

INTRODUCTION

I^{ère} - PARTIE : LES NOTIONS D'I.S.T. & MARKETING D'I.S.T.

PARAGRAPHE I. LA NOTION DE L'I.S.T.

I.1. Définition préliminaire2

I.1.1. Complexité de la nature de l'I.S.T.

I.1.2. Diversité de la forme de l'I.S.T.

I.2. Evolution du concept.....4

I.3. Vers un troisième âge de l'I.S.T.11

PRAGRAPHE II. LA NOTION DE MARKETING

II.1. Définitions préliminaires.....12

II.2. Evolution du concept.....14

II.2.1. La démarche marketing classique

II.2.2. La nouvelle conception du marketing

II.2.3. Le troisième âge du marketing

PARAGRAPHE III. LE MARKETING DE L'I.S.T., UN MARKETING DE

SERVICE

III.1. Analyse des organisations et leur environnement.....17

III.1.1. L'offre de service et la servuction

III.1.2. L'environnement

III.2. Stratégies.....	18
III.2.1. Le positionnement	
III.2.2. Le marketing mix	
III.2.3. Le plan marketing	

II^{ème} - PARTIE : L'I.S.T., SA CIRCULATION ET ALGERIE

PARAGRAPHE I. CIRCULATION INTERNATIONALE DE L'I.S.T.

ET PROBLEMES LIES.....	21
-------------------------------	-----------

PARAGRAPHE II. POLITIQUE NATIONALE DE LA DIFFUSION DE L'I.S.T.

EN ALGERIE

II.1. Bref aperçu historique.....	25
II.2. L'I.S.T., comme corollaire de la recherche scientifique	
et technique.....	27
II.3. Idéologie générale en matière d'I.S.T.	28

PARAGRAPHE III. L'ALGERIE, VERS LE TROISIEME AGE DE L'I.S.T.?

III.1. Le CERIST, en tant qu'organe promoteur de la circulation de l'I.S.T. dans la ___ politique nationale en matière de diffusion.....	30
---	-----------

III.1.1. Présentation du CERIST.

III.1.2. Politique de diffusion de l'I.S.T.

III.1.3. Le CERIST. et ses usages

PARAGRAPHE IV. ACCES A L'IST. ET PROBLEMES LIES

IV.I. Importance socio- économique des secteurs choisis

IV.II. Circulation de l'I.S.T. et problèmes liés

IV.II.1. Le problème lié à l'accès à l'I.S.T. au biomédical.

IV.II.2. Le problème lié à l'accès à l'I.S.T. au niveau de l'agricole.

IV.II.3. Le problème lié à l'accès à l'I.S.T. à SONELGAZ

IV.III. Conclusion..... 42

CONCLUSION..... 44

BIBLIOGRAPHIE

GLOSSAIRE

ANNEXES

INTRODUCTION

" Information has been always an integral part of the life of the mankind . Information is a vehicle for development and prosperity ... " (*)

Liée à la recherche-développement, l'information scientifique et technique est un potentiel qui a acquis et ne cesse d'acquérir une extrême importance pour le développement et pour la prospérité.

Le monde en entier lui accorde cet intérêt et tous oeuvrent, soit pour sa détention afin de maintenir une certaine puissance, soit pour son acquisition , à la recherche ou au maintien d'une certaine autonomie et ceci dépend des degrés de développement des pays.

L'Algérie, pays en voie de développement, est tout aussi concernée par l'information scientifique et technique soit pour ce qui est de son acquisition ou de sa circulation. En parallèle au problème d'accès à l'information scientifique et technique étrangère; problème qui commence à connaître de l'ampleur actuellement et qui est lié à plusieurs facteurs (**), se pose aussi le problème de diffusion et de circulation de l'information, sur lequel s'attarde la politique nationale et essaie d'y apporter tant bien que mal des solutions adéquates.

La première partie du travail contribuera donc à cerner les notions de marketing, d'I.S.T. et de marketing des services et d'expliquer leur mise en oeuvre en pratique ainsi que leur évolution.

Nous nous attacherons, dans la deuxième partie à traiter en premier lieu, de la politique nationale en matière d'I.S.T. et en second lieu, à cerner et rendre compte des problèmes rencontrés par les utilisateurs de l'I.S.T. en Algérie comme étant des obstacles ou entraves à une meilleure circulation de l'information outil de développement, ainsi qu'à une meilleure rentabilité des entreprises publiques algériennes, nous concluons finalement sur l'apport que peut apporter le marketing (en tant que technique de gestion, avec toutes les évolutions qu'il a connu, notamment le 3ème âge) à la situation du marché de l'I.S.T. en algérie.

(*) Ahmad. A. BASSIT - " The Arabic scientific and technical information network. "

(**) Voir infra

PREMIERE PARTIE :
NOTIONS
D' I. S. T. ET
MARKETING
D' I. S. T.

DEFINITIONS PRELIMINAIRES

ET EVOLUTION DES CONCEPTS

PARAGRAPHE I. LA NOTION D'INFORMATION SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

:

I.1 Définition préliminaire :

Pour Mc.Kay l'information " grosso-modo est ce qui transforme une représentation".

Van Mayors, quant à lui voit en elle (l'I.S.T.) " le résultat d'une transformation ou d'un traitement imposé à des données afin de fournir des réponses spécifiques à des questions spécifiques". (*)

Mais qu'est ce qui nous permet de distinguer l'I.S.T. de toute autre information générale?

Tout d'abord cette dernière est toujours plus large, ensuite l'I.S.T. se différencie de toute autre information par le fait qu'elle "sert à résoudre des problèmes".

Jean Meyrat en donne une autre définition plus complète :

"Un ensemble de données (éléments factuels) et idées (éléments de réflexions) en proportions différentes selon les disciplines, présentées sous des formes différentes (textes, images ...), et agira selon des processus différents (selon le récepteur). Elle est mémorisée grâce aux supports (documents, banques de données ...) permettant de perpétuer dans le temps et diffuser dans l'espace le message de l'émetteur pour qu'il puisse être trouvé au moment et lieu utiles par son utilisateur". (**)

De la définition, on tire la conclusion que l'I.S.T. est complexe, elle englobe des données variées, elle épouse des formes différentes.

I.1.1 - Complexité de la nature d'I.S.T.

Sans nul doute, l'I.S.T. est complexe, tellement qu'elle englobe des données diverses (bibliographiques, textuelles et factuelles) et qu'elle couvre des domaines divers (Sciences, Technologies, Droit, Statistiques ...). Ceci a conduit à élargir la notion "Stricto Sensu" d'I.S.T., on parlera tantôt d'Information Scientifique, Technique et Économique (I.S.T.E.), tantôt d'Information Scientifique, Technique, Économique et sur l'Environnement (I.S.T.E.E.).

(*) cité in "Documentaliste" Vol 26 n°4-5. 1989.

(**) Jean Meyrat "Quelques réflexions sur l'économie de l'I.S.T.E." in Documentaliste Vol 16. n°1. 1979.

Finalement, le terme "information spécialisée" était jugé moins réducteur et plus large que les précédents, il recouvre toutes les notions ci dessus mentionnées.

Cette diversité est aussi à la base des difficultés de délimitation de la nature même de la notion, les controverses sont multiples quant à cela. Quelle est finalement la nature de l'I.S.T., catalyseur?, flux ?, produit ?, ressources ?

- Certains économistes (en particulier les américains)(*) la qualifient de "ressources", ils la considèrent l'une des trois richesses de l'humanité, après la matière première et l'énergie, elle est particulièrement récente et permet d'économiser les autres.

- F. Peroux, en donne une des définitions les plus connues en tant que "produit" : «Un produit de connaissances qui s'achète et se vend, qui est produit et distribué, qui comporte un coût et produit un rendement». (**)

- Fritz Machlup (***) , développant sa thématique des "industries du savoir", la considère comme un "flux", support des connaissances.

- D'autres la considèrent comme "catalyseur", dans des sociétés évolutives l'I.S.T. serait "créatrice, novatrice", ils la conçoivent comme un facteur de changement par rapport à un état de connaissances antérieur, beaucoup plus que comme un "facteur de cohésion et de conservation". (****)

I.1.2 - Diversité de la forme de l'I.S.T.

Au niveau de la forme, on trouve la distinction classique connue de tous : information primaire / information secondaire, mais depuis peu s'est dégagée une nouvelle notion : l'information tertiaire.

1^{ère} - L'information dite primaire ; est celle qui est émise directement par un auteur. Généralement, elle n'est pas émise dans un but lucratif, il s'agit de la "matière blanche" (documentation papier, communication par écrit : il s'agit de toute l'information textuelle, numérique, graphique) et de la "matière grise" (compétence, communication orale des experts).

(*) **KARL. ALBRECHT et Ron Zemke : "La dimension service" & Peter Druker dans un article paru dans wall street journal**

(**) et (***) Cités in : **Documentaliste Vol 16 n°1. 1979.P3 : Quelques réflexions sur l'économie de l'I.S.T.**

(****) in : **"Finalité et rentabilité de l'I.S.T. - Documentaliste Vol 14/4. 1979. P31.**

2^{ème} - L'information dite secondaire : est la dérivée de l'information primaire par une analyse et une indexation. Elle regroupe les références (titres, noms d'auteur, termes d'indexation, résumés) tout ce qui constitue le contenu des bases de données bibliographiques.

3^{ème} - L'information dite tertiaire. On parle encore du "3^{ème} âge de l'information", de "l'âge industriel"(*) : il s'agit de l'industrie de transformation de l'I.S.T. , transformation analogue à celle qu'on fait subir aux matières premières dans un processus industriel : les données rassemblées et triées sont soumises à un traitement spécial qui permet, soit de les épurer pour les rendre directement utilisables, comme dans le cadre de calculs par exemple, soit de les combiner pour en tirer un produit directement consommable.

Ceci est devenu possible grâce à l'utilisation des nouvelles technologies; on obtient alors (tout au long de la chaîne d'acheminement des informations) une plus grande productivité par une organisation industrielle de la production, du stockage, de la gestion et de la diffusion de l'information scientifique et technique.(**)

I.2 Evolution du concept

Les analyses se rapportant à la montée du tertiaire lient cela à "la désindustrialisation" des pays développés, et en particulier les Etats-Unis. (***)

L'un des analystes des plus connus observe sur une longue période cette évolution et distingue entre trois phases en se basant sur les statistiques réalisées dans l'évolution des emplois.

- La première phase allant de 1860 à 1906, est caractérisée par la prépondérance du secteur agricole.

- La deuxième phase allant de 1906 à 1954, est marquée par la prépondérance du secteur industriel. C'est aussi la période où ce même secteur a commencé à fléchir, avec précisément la crise économique en 1929 qui frappa les entreprises américaines; ce qui obligea les industriels à diminuer leurs dépenses en se détachant de certains services (juridiques, financiers ...) sur lesquels d'autres vont s'installer et proposer services et informations.

(*) Anne Mayère - économie de l'information ou information dans l'économie ?.- in

économie et humanisme N° 302 Juillet - Aout 1988

(**) Pierre Creysel : le 3^{ème} âge de l'information, perspective de l'I.S.T. in Revue recherche Technologique 1986.n°2

(***) Voir M.U. PORAT cité in "information et compétitivité"

Les services joueront un rôle particulier dans la production d'information, par l'interrelation qu'ils nécessitent entre les prestataires et leurs clients; faisant appel à une coproduction dans une démarche qui intègre l'utilisation et l'accès à l'usage. (*)

- La troisième phase, commence à partir de 1955, est caractérisée par la prédominance du secteur informationnel; 46% du PNB Américain était lié à l'activité de l'information pour l'année 1967.

L'information devient alors une activité créatrice d'emplois, de richesse, et de revenus [1], elle assurera une irrigation vitale de l'ensemble de l'économie qu'elle alimente en facteur de rationalisation et d'optimisation de la décision "elle rend plus intelligents tous les acteurs de la société" [2].

1....Activité créatrice d'emploi ...

Dans une économie développée, les "industries (ou les services) de l'information représentent 45 ou 60% des emplois".(**)

Dans le courant d'analyses qui annonce le passage vers une économie de l'information, les travaux les plus connus qui ont cherché à mesurer l'importance quantitative des activités relevant du domaine de l'information sont ceux de M.U. PORAT, qui sur la base d'un important travail statistique a évalué que 46% du PNB Américain était lié à l'activité de l'information (voir supra), pour l'année 1967 et que près de la moitié de la force de travail était occupée à un emploi informationnel dont résultait à peu près 53% des revenus du travail. J.VOGE (***) à son tour, en utilisant la méthode d'évaluation de M.U. PORAT, estime que les travailleurs de l'information représentaient en 1984 entre 40 et 47% de la main d'oeuvre dans les principaux pays industrialisés.

2-.... facteur de rationalisation et d'optimisation de la décision.

René Lenoir dit à son sujet qu'elle est " action ou tend à le devenir", lorsqu'elle ne provoque pas, elle réduit l'incertitude qui entoure ses effets, elle offre le moyen d'optimiser tous les actes de la vie économique : (****)

- L.I.S.T. par exemple joue un rôle important dans le processus d'avancée des sciences et de la technologie. Il existe probablement une corrélation entre la qualité des moyens d'information dont a pu se doter un laboratoire et la probabilité d'une réussite.

(*) Cfr les travaux du centre d'études économie et humanisme sur les services.

(**) René Mayer : "information et compétitivité" P97.

(***) Cité par René Mayer.

(****) René Mayer. Op. Cité

- De même l'innovation est doublement tributaire de l'information : d'une information en provenance de la recherche et d'une autre de l'étude des besoins et du marché.

Mais comment l'information spécialisée a-t-elle pris toute l'ampleur qu'on lui accorde aujourd'hui ?, autrement dit quels sont les événements caractérisant cette évolution ?

Tout a commencé avec le rapport "WEINBERG" (*) (du nom de son rapporteur) - rapport du President's Science Advisory Committee (P.S.A.C) paru en 1963 intitulé les "responsabilités de la communauté scientifique et du gouvernement dans le transfert de l'information scientifique et technique".

Ce rapport n'est pas venu par hasard; c'est avec l'avènement du lancement du sputnik soviétique le 4 octobre 1957, que les américains ont été pris d'assaut et amené à conclure que l'information scientifique circulait mal chez eux, cette conclusion les mènera à établir une politique nationale d'I.S.T. considérée comme élément fondamental des grands projets de l'époque : spatiaux, nucléaires, et militaires.

Cette politique visait à organiser la production et la diffusion des informations en s'appuyant à la fois sur de grandes agences comme Département Of Défense (D.O.D) Atomic Energy Commission (A.E.C) et sur des organismes créés tels que Office of Science Information Service (O.S.I.S) et Office of Scientific and Technical (O.S.T)

Seulement cette époque n'est pas à elle seule significative dans l'histoire de l'I.S.T. Si on remontait dans l'histoire on se rendra compte que l'évolution de l'I.S.T. a connu des étapes avant et après cette époque.

1.2.1. Première étape :

Entre les années 1950-1960, l'histoire de l'informatique participe de celle de l'I.S.T. en effet sans l'invention de l'ordinateur, il n'y aurait pas de banques de données.

Le premier ordinateur a vu le jour en 1944 pour le compte de la marine américaine. Il est fruit de l'effort de guerre.

Il en est de même pour ce qui est des réseaux de télécommunication, qui eux aussi sont une retombée d'applications militaires et ce, durant la guerre froide. (**)

Le programme ARPA donnera naissance au réseau ARPANAT :

(*) Cité in : les pouvoirs publics dans l'histoire des banques de données - de Serge Cocaly.

(**) le D.O.D. mobilise IBM et Burroughs pour la mise au point d'un réseau d'alerte reliant les bases militaires sur le territoire Américain.

une connexion de 35 ordinateurs situés dans 16 villes différentes dotées de plusieurs types de services, messageries, télé-traitements

Ainsi ces deux innovations fondent l'existence des banques de données et ce sont les contrats des scientifiques avec l'armée qui sont à la base de l'histoire des banques de données.

Dans un premier temps, celles-ci seront à l'usage exclusif de leurs producteurs, c'est ensuite qu'elles seront progressivement ouvertes à un public plus large.

Cette ouverture répondra en 1963 à l'un des objectifs de la politique d'I.S.T. ; à savoir la circulation des connaissances. (*)

La création de DIALOG, premier serveur au monde, en est la conséquence directe.

Finalement, ce sont la guerre froide et la double course aux armes nucléaires et à l'espace qui ont été les principaux (si ce ne sont pas les seuls) moteurs de la création des banques de données et des réseaux qui véhiculeront l'I.S.T.

1.2.2. Deuxième étape :

Durant les années 1970-1980. Le milieu des années 70 est caractérisé par la crise de l'énergie et des matières premières. On pensa alors à la commercialisation des banques de données. La stratégie des Etat-Unis était que les pouvoirs publics assurent l'investissement et le secteur privé s'occupe de la commercialisation des banques de données.

Il est important de signaler aussi qu'à partir des années 1980, le secteur économique connaîtra une prépondérance par rapport à celui scientifique et technologique : (01) une banque sur (03) trois relève des sciences et techniques; c'est le secteur des affaires qui l'emporte : cours de bourse, économie, risques de crédits , finances, gestion ... La première étape était donc marquée par un intérêt de guerre, la seconde est beaucoup plus marquée par celui économique, l'information acquise à cette époque et continue d'acquiescer la valeur d'un facteur déterminant de la plupart des secteurs de l'économie.

Et ceci grâce au développement de la télématique associé à une indiscutable mondialisation de l'économie qui ont amplifié le commerce international de l'information articulé autour des flux transfrontières de données.

(*)J.F. Kennedy: " Une des principales possibilités d'accroître l'efficacité de notre effort national envers la science et la technique et la gestion gouvernementale de la recherche et développement reside dans l'amélioration de notre capacité à communiquer l'information sur les efforts de la recherche actuelle et les résultats des efforts du passé."

Cité in : "les pouvoirs publics dans l'histoire des banques de données"- de Serge Calaly - Op.cité

En effet, c'est avec les progrès des ordinateurs, des moyens de transmission, de stockage et des facultés de traitement que l'information s'est vue ouvrir des perspectives tellement vastes.

Ces mêmes paramètres : transmission, mémorisation, traitement, constituent des atouts dont dispose chaque nation dans la guerre économique qui l'oppose à toutes les autres.

***Bref aperçu sur la croissance rapide des télécommunications et de l'informatique au niveau mondial.**

Dans le domaine des télécommunications comme dans celui de l'informatique, la croissance a été rapide :

* La croissance du trafic a été de :

- 85% pour la télécopie,
- 70% pour la radiotéléphonie (téléphones mobiles et téléphones de voiture),
- 15% pour les accès directs à TRANSPAC. (*) Cette croissance est très variable et également fortement dépendante de celle des nouveaux modes de communication (FAX et transferts de données) où le Japon et les USA occupent les premières places.

Le marché des équipements croît de 5 à 7% annuellement celui des terminaux téléphoniques beaucoup plus rapidement. (**)

*Le marché de l'informatique quant à lui est en voie de saturation, jusqu'à 1983 la croissance du marché mondial a été très rapide : de l'ordre de 15 à 20% annuellement. Elle s'est ensuite ralentie pour osciller entre 5 et 10%, pour l'année 1988 elle est évaluée à 8%. (***) Ce secteur est marqué par la prédominance des Japonais dans < la technologie des composants " haut de gamme " >, [le marché des mémoires dynamiques (RAM), lesquels interviennent dans "l'intelligence" de tous les appareils utilisés par des techniques modernes d'information et d'exploitation].

(*) Tiré de : "information et compétitivité" Op.cité

(**) R.Mayer -information et compétitivité.

(***) Idem.

En 1987, 48% des composants vendus sur le marché, ont été Japonais, 39% Américains, 11% Européens (*).

En matière de micro-informatique, les Etats-Unis restent exportateurs nets, leur domination est surtout manifeste pour la vente d'appareils. Ils auraient contrôlé 69% du chiffre mondial en 1988, cette domination est consolidée par les positions acquises dans le passé et par la "viscosité" de l'énorme système informatique mondial.

Sur le champs des BBD ainsi défini, les Etats Unis dominent la production avec 1846 BBD; soit 56% de l'offre mondiale, la CEE arrive au second rang avec 894 BBD; soit 27%. (***)

Il faut noter que sans le recours à l'industrie des BBD, il serait difficile pour ne pas dire impossible de maîtriser les flots de documents qui deviennent chaque jour plus importants. Les moyens récents de traitement de l'information (ci-dessus énoncé) ont pris en main l'information spécialisée pour en faire un produit de consommation courante qui soit un bien économique, dans ce sens le rapport Lenoir-Prot précise que l'information spécialisée que constituent les BD, représente une nouvelle énergie fondamentale pour la recherche et l'innovation, elle devient le pétrole gris de la société de demain ". (****)

Ainsi les données scientifiques et technologiques, les informations commerciales et financières, les statistiques macro-économiques ..., (véhiculées par les BBD) deviennent biens marchands et leur croissance depuis le début du siècle serait même quatre fois plus rapide que celle des biens matériels; le transfert des connaissances devient de ce fait un marché des connaissances, il semble aussi que les milieux professionnels variés, (praticiens de la banque, du droit, de la presse, de l'édition, spécialistes du marketing...etc) soient désormais convaincus que le recours aux connaissances informatisées est un facteur direct de la productivité (et donc du profit).

***De nouvelles perspectives pour l'information; vecteur important dans l'économie.**

Le secteur de l'information pour les entreprises connaît la multiplication de plus en plus grande des services spécialisés que ce soit ceux internes à l'entreprise (qui digèrent pour elle l'information, tels que les services juridiques, financiers, de marketing, de développement, de la prospective, de la communication...), ou ceux externes (conseils, courtiers,...), qui pour traiter l'information à l'entreprise, offrent en sous-traitance leur expertise, leur collaboration, et leurs conseils.

(*) Observation des stratégies industrielles "stratégies et compétence dans l'industrie mondiale" étude dirigée par Gay CRESPIY - 1988.

(**) Source MICROFOCUS cite in : Information et compétitivité" - par René Mayer.

(***) Source : IMO - Supplystats cité par R. Mayer.

(****) Lenoir (René) et Baudouin (Prot) : L'information économique et sociale -Rapport ministériel Juin 1979 cité in "information et compétitivités ". Op. cité.

On peut relever certaines des causes d'accroissement de ces services et de leurs charges, qui sont :

- l'internationalisation des marchés. Les marchés s'internationalisent et il faut s'informer sur les normes, les coûts, la concurrence, les décideurs, les fournisseurs... .
 - L'obsolescence rapide des technologies, il devient donc vital de se tenir au courant des progrès technologiques.
 - L'évolution des cycles des marchés est très rapide et il convient d'adapter rapidement sa stratégie et beaucoup d'information est nécessaire pour y parvenir dans les meilleures conditions.
- la stratégie des "flux tendus" ("just in time") destinée à réduire les stocks, exige une information en temps réel qui se ramifie jusqu'à chez les fournisseurs et chez les clients.

Cette croissance s'inscrit dans celle, des "services aux entreprises".

La concurrence mondiale a aussi incité les entreprises, qui pour être à la fois productif et compétitif, à investir dans la "veille technologique". C'est à dire, l'observation de ce qui se passe chez le voisin.

Le Japon, déjà comparé à un "corps noir" [concept de physique théorique, le corps noir absorbe tous les rayonnements provenant de l'extérieur sans jamais en réémettre] a fondé sa puissance industrielle et commerciale sur le recueil systématique d'information à l'échelle de la planète. (*)

Le développement technique et économique ayant pour origine des connaissances (scientifiques, technologiques ...) et pour point d'aboutissement une productivité, est beaucoup dans l'épanouissement d'une nation.

Les pays en voie de développement, sans avancée technique ni économique, tributaire des pays développés, faute de disposer des moyens (ci-dessus mentionnés), peuvent-ils prétendre à un meilleur avenir en misant sur l'industrie de l'information articulée autour des bases de données ? (voir infra)

(*) R.Mayer : "Information et compétitivité" - Op.cité

1.3 "Vers un troisième âge de l'information scientifique et technique"

Ainsi avec ce qui vient d'être avancé, le monde (surtout développé) entre dans une nouvelle aire: l'information véhiculée par le biais des nouvelles technologies.

De l'âge des bibliothèques (premier âge), à celui des centres de documentation (deuxième âge) on arrive à celui où l'on mobilise un certain potentiel au service des utilisateurs de l'I.S.T. C'est aussi une phase qui permet de prendre le plus en considération la valeur de l'information où intervient "l'aspect d'une transformation d'ensemble plus vaste qui vise à rendre l'information plus complète, accessible, (...), mieux adaptée aux différentes catégories d'utilisateurs."

Une triple perspective s'offre ainsi aux acteurs du système informationnel : (*)

- l'introduction et la meilleure exploitation des nouvelles technologies au niveau de la production, du stockage, de la gestion et de la diffusion de l'I.S.T.

- le lancement de nouveaux systèmes d'exploitation de l'information et ce afin de

 - *faciliter l'interrogation des bases et banques de données,

 - *permettre (par un traitement approprié), une véritable exploitation de l'information ainsi recueillie.

- la couverture des besoins spécifiques des utilisateurs, et là intervient l'intérêt accordé aux nouvelles technologies qui doivent permettre d'avoir une information élaborée, directement exploitable, qui doit répondre aux besoins spécifiques des utilisateurs, c'est pour cela que les produits doivent être autant diversifiés que les besoins, de même qu'ils doivent être de qualité.

(*) Pierre Creyssel: "le troisième âge de l'information" in revue recherche & technologie 1986, n°2.

PARAGRAPHE II. LA NOTION DE MARKETING :

On vient de le voir ci-dessus, c'est avec l'industrialisation de l'information et l'introduction des technologies issues des télécommunications et de l'informatique, qu'on qualifia l'information de "matière première" et de "pétrole gris".(*)

A l'époque où l'information, plutôt la documentation était nouvelle, la valeur économique de l'information était peu connue, c'est une fois les banques de données créées et diffusées que l'information spécialisée est entrée dans l'univers du marché.

II.1 Définitions préliminaires.

Le concept de marketing est apparu en premier lieu dans des économies privées.

Selon l'Américain Marketing Association, le marketing serait "l'ensemble des activités commerciales qui assurent l'acheminement des biens et services du producteur au consommateur ou à l'utilisateur". (**)

Pour Philip. Kotler, il (le marketing) serait "une méthode moderne et dynamique pour comprendre et agir sur l'évolution des marchés...", il "... n'est pas un simple terme équivalent pour publicité, promotion, relation publiques, bien qu'il utilise tous ces moyens ...". Ainsi pour P.Kotler le marketing serait bien plus que cela, il est une discipline à la fois théorique et pratique pour comprendre "les besoins des différents publics d'un marché " afin d'apporter des produits et services qui répondent aux "motivations d'achat" et créent la satisfaction du "consommateur".

Lorsqu'Adam Smith, écrivait en 1776 que la consommation "est la seule finalité de la productivité", il énonçait le principe de base de ce qui est devenu plus tard le concept de marketing. (***)

Le concept "marketing" se distingue du concept "marketing-mix" en ce que : le premier; (c.à.d le marketing) appelé aussi; démarche marketing, correspond à une orientation de base de l'entreprise qui fait que celle-ci prenne ses décisions en les plaçant dans une perspective de marché. (****) Et que le second, c'est à dire le marketing-mix, sert à décrire les moyens techniques utilisés par l'entreprise pour mettre en oeuvre le concept marketing.

(*) Pierre Pelou : Rôle stratégique de l'information et de la documentation in - Documentaliste Vol 23, N°4-5. 1986

(**) Communication en marketing " - 1984

(***) Baudry. Christian : "Manager les services, la qualité comme principe unifacteur". Paris. Economica. 1986(l'esprit d'entreprise)

(****) Theodore Levitt (1974) : Marketing for business growth. New-York. Mc. Graw-Hill.

Inventée par Neil Borden, professeur à l'université de Harvard, la notion de marketing-mix a été popularisée en 1971 par MC. Carthy qui en a fait un concept mémorable des "4P" : Product. Price. Place. Promotion.

Le marketing-mix regroupe selon quatre catégories, les décisions de l'entreprise tendant à faciliter et à multiplier les transactions de la clientèle.

Les décisions énoncées portent sur :

- les caractéristiques du produit, qui est proposé aux clients potentiels,
- le prix que l'entreprise va faire payer au client, au titre de la transaction à la fois en terme de niveau et de conditions de paiement acceptées.
- le mode de distribution du produit au client : où, quand et comment le client a-t-il accès au produit?
- la politique de communication, c'est à dire le choix du contenu des messages adressés aux clients et aux prescripteurs et le choix des médias qui vont véhiculer ces messages.

II.2 Evolution du concept

II.2.1 La démarche marketing classique

Le marketing trouve son origine dans une économie d'abondance : les entreprises peu soucieuses du marché, étaient rassurées d'écouler sans difficultés leurs productions.

Mais au fur et à mesure que la production se développait et que la pénurie s'éloignait, elles se trouvaient face à des problèmes nouveaux. Il ne s'agissait plus seulement de produire mais également de vendre. (*)

Theodor Levitt dans "Marketing myopia" dénonçait cette situation en la qualifiant de "myopie"; les dirigeants ne savaient pas s'adapter au marché.

Ainsi avant les années 1960 et même à leurs débuts le "marketing", dans sa première version (politique de vente) négligeait profondément les intérêts du consommateur, on parlait même de "mépris" (**): vendre un petit nombre de produits pour attirer le plus la clientèle.

La démarche initiale du marketing classique reposait ainsi sur deux variables; le prix et le produit (quantité), on ne sait rien du besoin de la clientèle.

II.2.2 La nouvelle conception du marketing

La conséquence de ce qui vient d'être énoncé ci-dessus est que certains hommes du marketing se sont penchés sur les questions comme Lavidge, Feldman, Kotler, Zaltman (**), et étaient amenés à définir un nouveau concept du marketing; il n'était plus question d'ignorer les besoins du consommateur, il fallait les intégrer dans la démarche marketing. La nouvelle conception est : "ne plus vendre ce que l'on produit mais produire ce que l'on peut vendre".

Cette orientation vers le marché s'articule autour de trois axes(****) :

- L'étude de marché
- L'adaptation des produits ou services offerts aux besoins du marché.
- la communication de ces produits auprès de ses clients.

(*) Theodore Levitt : Marketing myopia. Harvard-business Review. Juillet-Aout 1966.

(**) Trujillo; apôtre des grandes surfaces dans sa définition de "l'îlot de perte dans un océan de profit" - in Hill.E. : Combat pour la distribution. Arthaud-1964

(***) Cité par J. P. Sallevane dans "Commerce". Nov 1972.

(****) Jerome Bron. dans " Marketing des services publics" . 1980.

On a schématiquement, un flux d'information ascendante (marché entreprise), une phase décision (adaptation de l'offre), un flux d'information descendante (entreprise marché).

Cette nouvelle optique devrait conduire l'entreprise à fixer ses objectifs; (1) quant aux gammes et caractéristiques du produit à élaborer, (2) ainsi qu'aux moyens de communication : canaux de distribution, force de vente, action publicitaire et promotionnelle, service après vente, politique de prix.(*)

II.2.3 Troisième (3^{ème}) âge du marketing

La pratique du marketing est resté longtemps associée à cette "recherche du profit" par l'entreprise privée, c'est à la fin des années 1960. et début des années 1970 que s'est étendu son champ d'application.

On parle alors de marketing des organisations à but non lucratif, de marketing politique, de marketing de service public, de marketing social (**): c'est ce que Sallevane appelle le troisième âge du marketing où l'on introduit toutes les dimensions économiques et sociales.

- En quoi le modèle théorique du marketing est-il applicable à la gestion des institutions publiques ?

1- Caractéristiques dans la gestion des services publics.

Le service public a été défini comme une activité d'intérêt général prise en charge par l'administration.

La jurisprudence a été par la suite amené à reconnaître le caractère de service public à des activités d'intérêt général concédées à des personnes privées.

Une autre distinction a été opérée entre les services à caractère administratif et les services à caractère industriel dont l'objet est économique. (***)

Bien qu'il y ait toute cette évolution dans la jurisprudence, les traits dominants du service public restent :

(*) Pour une analyse "marketing" de la bibliothèque."le marketing et les institutions publiques" in Commerce Vol 14 n° 11

(**) Lindon.D. : Le marketing politique et social. DALLOZ. 1976

(***) Traité de droit administratif. Titre II - Théorie générale des services publics par André De Laubadère. 8^{ème} - édition - Paris : Libraire Générale de Droit et de Jurisprudence. (L.G.D.J)-1980

- la recherche de l'intérêt général,
- une indépendance plus ou moins grande vis à vis du marché : même déficitaire, le service public assure la continuité, le déficit est cependant comblé par l'Etat.

2- Application du concept marketing au service public

Bien que l'institution publique a ses propres caractéristiques, elle rejoint celle privée dans un point; la gestion.

Ce qui reste à éliminer ce sont les notions de profits, de marché et de concurrence, elles sont plus faciles à préciser pour le service public, en ce sens J. P. Sallevane formule un nouveau vocabulaire du "marketing" où le terme "**concurrence**" devient "**alternative**", le "**produit**" devient "**service**", "**rentabilité**" devient "**efficacité**".(*)

Le service public, n'échappe pas non plus à la concurrence, < au sens large ou socio-économique, on peut dire qu'il y a concurrence, chaque fois que la clientèle cible a une alternative d'action face aux demandes d'organisation [....] les notions de concurrence, de marketing et de stratégie sont indispensables >.

J. P. Sallevane insiste beaucoup sur la notion de concurrence, car pour lui, elle est essentielle, elle doit être prise dans son sens large; < ... il ne s'agit pas uniquement de la rentabilité entre deux entreprises tendant à s'arracher la faveur du consommateur ... >, mais bien d'une < ... rivalité entre produits ou services variés. >, dans ce cas, le consommateur se trouve devant un choix : diverses possibilités s'offrent à lui.

Ainsi, le marketing est un style de gestion, ses caractéristiques essentielles étant l'orientation vers la satisfaction des besoins du public, mais comment réaliser sa mission. Kotler note à ce propos, le "social advertising" : < it is no longer a question whether to use it but how to use it ? >

(*) Daniel Texier : " Marketing et bibliothèque". Bulletin de l'A.C.B.L.F, XVII (1971)

PARAGRAPHE III. LE MARKETING D'I.S.T, UN MARKETING DE SERVICE :

Traditionnellement le secteur des services est défini comme représentant < ... des industries dont la production est intangible > (*). L'information est aujourd'hui cataloguée comme service, vu ses caractéristiques propres qui la différencient de tout un bien économique, elle est immatériel (intangibile), indivisible, reproductible, inaliénable, obsolète.

Comme énoncé précédemment avec l'avènement de l'ère informationnelle ou l'"information age" et du troisième âge du marketing, il était devenu plausible d'appliquer ce dernier à l'I. S. T., comme étant une méthode de gestion facile à manier.

Le marketing ne s'arrête pas à l'analyse des organisations, ni à celle de leur environnement (A), sa vocation est de construire des stratégies (B). Celles-ci passent par un positionnement des activités, une segmentation et un ciblage des usagers, un subtil dosage (un mix) des éléments d'organisation du service et une planification des actions concrètes à mettre en oeuvre. (**)

III.1 Analyse des organisations et leur environnement

III.1.1- L'offre de services et la servuction :

1-a. Toutes les institutions de service offrent des services qui peuvent être complémentaires ou parallèles. Ces institutions comme toute autre entreprise s'organisent tout d'abord autour d'un service de base, mais elles ont aussi des usagers aux besoins multiples et différents, nécessitant d'autres services, on dit alors qu'il existe plusieurs services de base qui répondent à ces différents besoins et usagers, on parle alors de largeur de l'offre, par contre, une offre est profonde, si elle propose une variété de moyens pour satisfaire un seul besoin [c'est l'accessoire qui suit le service de base (le principal)]

1-b. La servuction : la principale différence qui existe entre une entreprise industrielle classique et une entreprise de service est le rôle actif que peut jouer la clientèle ou l'utilisateur. (***)

(*) Peter Druker cité in "Dimension service" de Karl. Albrecht et Ron. Zemke

(**) Jean-Mikel. Salaün - in marketing des bibliothèques et centre de documentation " 1-Analyse"

(***) Eiglier et Langeard, cités in " Marketing des bibliothèques et centres de documentation" : "1- Analyse".Op. Cité

En effet un service ne peut se réaliser que si la participation de son consommateur se fait beaucoup plus en amont, au moment même de sa production. Supposer qu'une partie de l'activité de production de service se fait en liaison avec l'utilisateur, suppose qu'une autre se fait en interne coupée de ce dernier.

En jargon marketing, on dira "front office" (face-avant) et "back-office" (base-arrière), qui ont leur propre dynamique et l'articulation entre les deux devient fondamentale.

La base-arrière coupée de l'utilisateur a tendance à s'industrialiser de façon classique pour améliorer sa productivité, LEAN SHOSTACK (*) parle de plans directeurs et de travail à la chaîne pour certaines banques de données Américaines. La < Face-avant > c'est la relation de l'utilisateur avec l'équipement et le personnel dans le processus de production, ce moment où l'utilisateur et le producteur combinent leurs efforts pour produire le service, que les spécialistes (**) nomment "servuction", les analyses en ce sens sont allées vers les études des inter-actions entre les usagers, les supports matériels et le personnel.

III.1.2- L'environnement :

Traditionnellement, l'environnement se décompose en deux niveaux différents :

- un niveau directement fonctionnel, qui concerne les partenaires de l'organisation,
- un environnement plus contextuel et régulateur, le contexte de l'information est d'une mouvance extrême, les technologies de l'information sont en profonde mutation et c'est pourquoi l'étude de l'environnement est importante.

III.2 Stratégies

< La stratégie est l'art de diriger un ensemble de dispositions pour atteindre un but > .
(Dictionnaire Larousse).

Définir une stratégie c'est répondre à trois questions qui vont de l'intention à l'action :
Que veut-on faire ? - qu'allons-nous faire - comment allons-nous le faire ?

(*) Cité in "Dimension service" Op.cite .

(**) Pierre Eiglier et Eric Langeard : "Servuction, marketing des services "

A la première question < que veut-on faire ? >, la réponse est beaucoup plus politique que stratégique, les structures de l'information spécialement de l'I.S.T. dépendent généralement des hiérarchies dont les politiques pèsent sur les choix (*) Quant aux autres questions < qu'allons-nous faire ? > et < comment ... >, elles font ressortir directement des préoccupations du marketing : (1) se positionner, (2) utiliser les outils du < marketing-mix > et (3) établir un " plan marketing".

III.2.1 Le Positionnement :

Se positionner pour une institution, c'est se connaître par rapport aux autres, en s'appuyant sur l'analyse de l'environnement fonctionnel pour détecter la place exacte où elle (l'institution) se trouve par rapport à sa tutelle, à ses concurrents ou beaucoup plus à ses partenaires, et à ses usagers.

Les règles du marketing ne régissent pas (non plus ne préviennent pas) le positionnement par rapport à la tutelle, par contre très riche en outils pour le positionnement à la concurrence, ces outils sont marqués par un souci de rentabilité commerciale.

Quant au positionnement par rapport aux usagers, le moyen est la segmentation : < le découpage d'un marché en plusieurs sous groupes homogènes >, (**) son principe repose sur une des hypothèses centrales du marketing; les besoins ou les usagers sont variés, impossible donc de présenter le même produit à tout le monde.

Pour les structures spécialisées en I.S.T., le public fait partie d'une collectivité déjà organisée et hiérarchisée.

III.2.2. Le marketing-mix

Une fois positionnée (la structure), et le public-cible défini, l'institution doit préciser quel produit ou service proposer et comment, "le marketing-mix" est la formule qui peut répondre à ces questions, il est la combinaison d'éléments (voir supra) dont le décideur a la maîtrise pour toucher le plus efficacement possible la cible choisie. Quels sont pour un public cible, le produit, la distribution, la promotion et le prix, qui dans leur articulation répondront le mieux aux attentes perçues.

Le marketing-mix appliqué, (révisé) à l'activité informationnelle donne:

(*) Rene Mayer - information et compétitivité - Chp V. : " les politiques publiques " . Op.Cite

(**) J.M.Salaun - Marketing des bibliothèques et des centres de documentation " . 2 : Stratégies "

a) L'offre de service remplace le produit, elle définit la vocation de l'institution et donc son identité, et dépend du positionnement choisi.

b) La servuction remplace la distribution on aura donc service/ servuction qui remplace produit / distribution.

Le problème reste à savoir croiser les différentes variables et savoir réaliser une meilleure adéquation entre "base-arrière" et "face-avant".

c) La communication, passe par de l'écrit, de l'image, du son tout comme les services proposés dans les structures informationnelles, le service proposé est lui-même un outil de communication [voir "face-avant"]. Un autre point est tout aussi important dans la communication, il s'agit des relais pour la circulation de l'information, mais au-delà d'une simple action de promotion, visant à favoriser la diffusion de nouveaux outils d'information spécialisée, leur utilisation passe avant tout par un contact humain entre celui qui en a la maîtrise et celui qui a un problème à résoudre, le courtier en information ("information Broker", "information consultant", "information service"), comme tout autre moyen de communication vise la sensibilisation des acteurs économiques à l'intérêt de l'information en tentant de mettre à leur portée des services de recherche et d'assistance.

d) Le contrat (d'adhésion) remplace le prix, au sens du marketing fait référence au "prix psychologique" : la valeur marchande qu'attache le client à l'usage du produit.

Les débats sont controversés, quand au prix à fixer à l'information, vu ses caractéristiques : volatile, intangible, obsolète... .

On lui attache la caractéristique de service, intangible, elle est généralement attachée à la notion de service public, ce qui implique une gratuité d'accès, il est donc impossible de fixer un prix, tel le cas de la propriété intellectuelle.

Aujourd'hui l'information acquiert de plus en plus une valeur marchande, la question du prix est remise en question. (*)

III.2.3 Le "Plan-Marketing

Le plan organise la programmation de la stratégie ou stratégies successives et l'élaboration des tactiques.

Il organise le passage de la stratégie à l'action : qui fait quoi, à quel moment et avec quels moyens ?

(*) R. Mayer : "information et compétitivité " Op.cite

DEUXIEME PARTIE :
L' I. S. T. ,
SA CIRCULATION
ET ALGERIE

PARAGRAPHE I CIRCULATION INTERNATIONALE DE L'I.S.T.

ET PROBLEMES LIES.

Comme signalé ci-dessus(cfr-Ière partie), avec l'avènement du 3^{ème} âge de l'information, le mariage de l'informatique et des techniques de télécommunication, constitue en fait la condition préalable à la circulation des données, qui est devenue l'une des plus importantes activités de la vie économique qu'elle soit nationale ou internationale .

La circulation internationale des données est aussi appelée flux transfrontières des données, mais que désigne-t-on sous l'appellation "flux transfrontière des données " ?.

Les flux transfrontières des données désigneraient " le transfert, à travers les frontières nationales, d'unités d'informations, numériquement restituées. Pour qu'il puisse y avoir flux transfrontières de données, le procédé technique doit permettre, (1) la transmission, (2) le stockage et (3) le traitement"(*) .

Les principaux acteurs, qui interviennent dans la circulation des données à travers les frontières nationales sont; les Etats, les organisations intergouvernementales, les entités non gouvernementales : entreprises privées de télécommunication, les sociétés multinationales et les associations transnationales.

. La technologie, moyen important dans la "DISTRIBUTION" :

Entre la formation des messages et leur distribution, existent des moyens de communication (de distribution); la technologie de communication qui comporte deux éléments:

- le matériel d'émission et de réception, véhicule de message,
- et le logiciel : savoir-faire, moyen d'utilisation du matériel qui consiste en la production de programmes, contenus, compétences humaines et éducation .

Cette distinction n'est pas sans importance car elle est le fondement même des problèmes liés aux flux transfrontières des données. Car si un pays donné possède totalement la technologie voulue, il pourra avoir la pleine maîtrise de formation et de distribution du message et s'il arrive à maîtriser les deux éléments du processus on pourra dire qu'il a acquis sa propre souveraineté en matière d'information et de communication, malheureusement le cas ne se pose pas pareillement à toutes les nations du monde, principalement avec l'avènement du 3^{ème} âge de l'information :

(*) HAMID MOWLANA. "la circulation internationale de l'information: Analyse et bilan .P50.

un pays faiblement industrialisé, "peu développé sur le plan informatique, est tributaire d'un pays dominant, richement doté en moyens informatiques, même pour les informations vitales le concernant directement; "98%" des travaux de recherche scientifiques et technique sont entrepris aujourd'hui dans les pays industrialisés (industriellement avancés), qui s'appuient sur leurs propres expériences. (*)

A ce propos, les Etats-Unis occupent la première place dans le domaine des techniques de la communication et de l'informatique. Les productions américaines de matériels et de logiciels dominant le marché mondial: " en 1981, les USA sont intervenus pour 80% dans la transmission et le traitement des données à l'échelle du globe" (**).

Mais nombreux sont les pays (y compris l'Algérie) qui ne disposent pas actuellement de la technologie nécessaire pour mettre au point leurs propres réseaux informatiques, il leur reste un moyen (du moins pour l'instant) c'est de s'abonner à un réseau international de données dans lequel ils joueront le rôle de client.

Quant à ce point, nous relevons deux divergences principales d'opinions celles:

-du courant qui voit en les réseaux d'information un moyen pour les pays en voie de développement d'accès relativement couteux et plus efficaces aux dernières connaissances scientifiques et techniques issus des pays développés,

-Et celui affirmant que les pays du 1/3 monde se trouvent dans une situation de dépendance et laisse entendre que l'information transférée est souvent "mal adaptée" aux ressources, aux besoins et aux climats du " monde en développement " .

George Anderla, rejoignant ce courant a stigmatisé cette inégalité en insistant sur le fait que les pays détenant l'information "commanderont aux nations sous-informées " .

Sans nul doute, l'écart pays en développement et pays développés ne cesse de se creuser et ne pourra être facilement comblé. Un rapport du secrétariat de la C.N.U.C.E.D vient confirmer cela : " la plus part des indicateurs des flux commerciaux de technologies, en particulier à destination des PVD restaient stationnaires ou diminuaient depuis les années "1980", alors qu'ils avaient connus une progression presque ininterrompue pendant les années "1960" et "1970" (***)

(*)JONATHAN B.TOURTELLOT:"A world information war?"European community-Janvier/Fevrier 1978 P15

(**)HAMID.MOULANA:"The multinational cooperation and the diffusion of technology":cité in AA-SAiD et LR simmons.The new sovereings,Engle wood chiffs.N.J.prentice.hall,1975.P83. IDEM.OP CITE .

(***)Rapport de la commission du transfert de technologie. CNUCED Janvier/Fevrier 1989 .

Les causes principales de ce décalage, toujours d'après ce rapport seraient :

-L'"apathie" de l'économie mondiale qui avait nuit aux recettes d'exportation et à l'accroissement des revenus des PVD,

-et la nécessité constante pour ces derniers (PVD) de consacrer leurs ressources en devises au service de leurs dettes extérieures.

Ceci a eu pour conséquence : (1) un ralentissement au niveau de l'investissement (2) et un freinage des dépenses consacrées tant à l'amélioration des techniques et des compétences à l'échelon local, qu'à l'adaptation d'innovations techniques étrangères. Ceci étant, quant à la disparité liée au contenant. Il en est de même pour ce qui est du contenu, cette disparité n'est que la conséquence de la première.

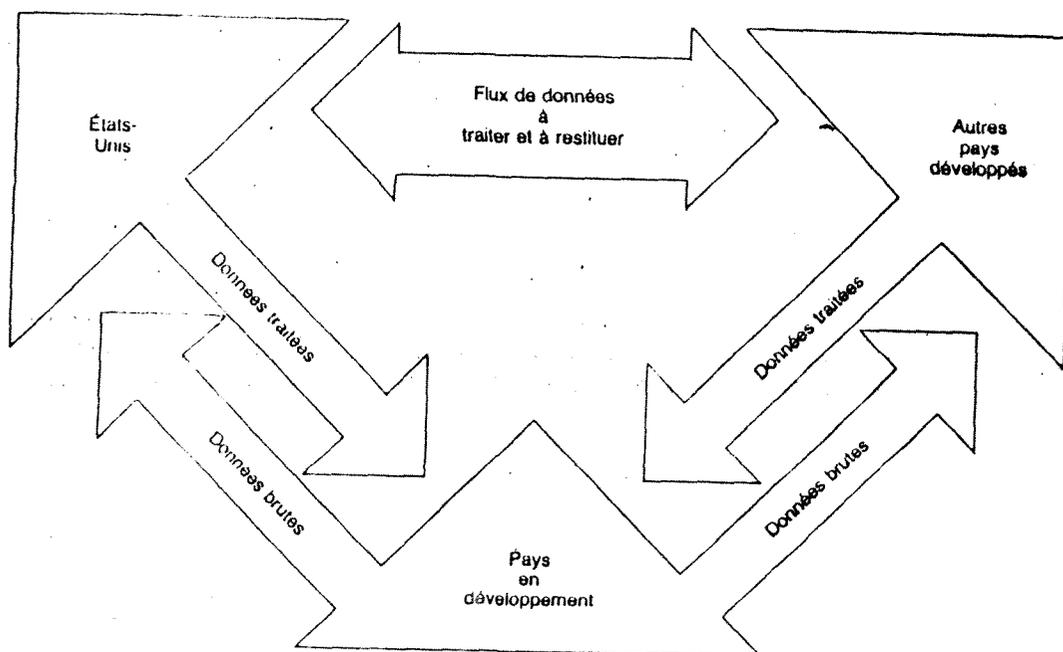
Le problème du contenu se pose doublement pour les PVD :

-la première tranche du problème concerne l'I.S.T. produite à l'extérieur, précisé-ment dans le monde développé, il faudra pour les PVD l'acquérir et sa fourniture spécialement par le biais de moyens technologiques (ou automatique) est devenue une activité à caractère commercial donc à but lucratif et de plus en plus chère, ce qui n'est pas sans conséquences sur l'ordre économique mondial .

-la seconde tranche, concerne l'I.S.T. produite à l'intérieur des PVD, ces derniers ne disposant pas de moyens technologiques suffisants pour traiter ces données, se retrouvent dans l'obligation d'exporter leurs données brutes pour les faire traiter à l'étranger et de les réimporter transformées.(*)

(*) cfr (fig1):Direction des flux transfrontières de données.

(Fig.1) Direction des flux transfrontières de données



Source: Rein Turn (dir-pub). Transborder data flows: concerns in privacy protection free flow of information, Vol.1 rapport du AFIPS Panel on transborder data flows, Washington.D.C, Américain federation of information processing societies .1979,P5 .

Les PVD se retrouvent ainsi devant des problèmes réunissant des éléments semblables à ceux qui se posaient en matière d'industrie :

Ces pays peu industrialisés exportent des matières premières vers les pays fortement industrialisés où elles sont transformées et traitées qu'ils achètent en retour en produits finis plus coûteux .

Reste une question à se poser si les PVD arriveraient à mieux surmonter le problème des technologies de l'information ou subiraient-ils le même sort que celui en matière de l'industrie industrialisante .

PARAGRAPHE II. POLITIQUE NATIONALE ALGERIENNE EN MATIERE DE DIFFUSION DE L' I.S.T.

L'Algérie, faisant partie géographiquement de l'Afrique, appartenant historiquement au monde Arabo-musulman, économiquement au bloc du Tiers-monde et ayant fait le choix politique socialiste à une certaine époque de son histoire, choix qui commence à être remis en cause actuellement, a toujours accordé une importance, dans ses dispositions réglementaires, à la recherche et les différentes institutions de recherche, mais pas expressément à la circulation des connaissances scientifiques et techniques, ce n'est que durant ces dernières années que l'importance de l'I.S.T. commence à être ressentie.

II.1- Bref aperçu historique :

Dans l'enchaînement historique du système d'information en Algérie, on distingue entre deux périodes distinctes : la période coloniale (1) et la période post coloniale(2), cette dernière peut être subdivisée en quatre sous/périodes :

a- Période allant de 62 à 67:

Caractérisée par le départ massif à partir de 1962, du personnel français spécialisé et l'incapacité de le substituer, de même que par un vide juridique important, en effet sur le plan réglementaire, l'information "n'avait pas de statut, il semblerait qu'elle soit régie par la loi du 31.12.1962 portant reconduction de la législation française sauf dans ses dispositions contraire à la souveraineté nationale .."(*)

b- Période allant de 1967 à 1973 :

C'est à partir de 1967 que le domaine de l'information a commencé à être régi par des textes nationaux, par contre il a été remarqué que cette période était caractérisée par un manque de "philosophie" d'ensemble de l'information, néanmoins cette dernière était structurée.

(*)ALLIOUCHE.K.K:la libre circulation de l'information:aspects juridiques et techniques.Thèse 1989.P-64

c- Période allant de 1973 à 1985 :

Riche en réglementations en matière d'information (générale et spécialisée) .

- ordonnance N° 73.62/du 21 novembre 1973 portant création de l'INAPI ; (Institut National Algérien de Normalisation et de Propriété Industrielle).
- arrêté datant de 26 septembre 1974 portant création de CISTT(Centre d'Information Scientifique et Technique et de Transferts Technologiques).
- décret N° 84/159 de 07 juillet 1984 portant création d'un Commissariat à la Recherche Scientifique et Technique(CRST).
- 1987, adoption du code de l'information.

C'est aussi une période caractérisée par une importation massive de l'I.S.T. de l'étranger, les principaux acteurs à cette époque étaient l'URSS, la France, l'Egypte et le Liban .

d- période allant de 1985 à 1991 :

C'est l'époque que nous vivons actuellement, caractérisée par un manque de ressources financières (en devises)(*) et donc par une impossibilité de pouvoir collecter l'I.S.T. produite ou traitée à l'étranger.

Elle est aussi caractérisée par une prise de conscience de la valorisation de la production nationale de l'I.S.T., ainsi qu' une meilleure structuration.

Il est à préciser que la société algérienne d'avant l'indépendance était une société à caractère agricole.

A l'aube de l'indépendance, la stratégie de développement du pays reposa sur trois principes: l'industrialisation, l'intégration et l'introversion économiques

Sans pour autant négliger l'agriculture, cette dernière devraient aller de paire avec l'industrie. Cette articulation était indispensable, elle devrait contribuer à l'augmentation même de la productivité du travail agricole, il fallait donc passer par une réforme agraire, laquelle favorisera une industrialisation élargie, qui s'étendra à la population rurale; consommation de biens d'origine industrielle, stimulation de l'emploi de la force du travail agricole).(**)

(*)Voir supra. Partie relative à la circulation internationale de l'I.S.T. et problèmes liés.

(**) Voir Marc Ecrement. Indépendance politique et libération économique- Un quart de siècle du développement de l'Algérie 1962-1985.

Il faudra souligner que l'orientation du pays vise la construction d'une économie indépendante, impliquant par là une nouvelle stratégie de développement, ayant pour objectifs prioritaires :

- d'atteindre l'auto-suffisance alimentaire,
- de développer les ressources hydrauliques,
- de mettre en valeur des zones désertiques,
- d'améliorer les conditions de santé et d'éducation,
- de renouveler les ressources énergétiques,
- d'assurer l'indépendance technologique...

Mais après avoir axé sa politique sur les deux premières ressources, à savoir l'agriculture et l'industrie, de même que sur une articulation entre les deux, l'Algérie des années 1980, constatant l'échec de ses orientations, se tourne "timidement" vers la troisième ressource, non comme axe principal, mais comme un moyen au service du développement dans les différents secteurs, autrement dit œuvrer pour une meilleure circulation des connaissances scientifiques et techniques.

II.2- L'I.S.T., comme corollaire de la recherche scientifique et technique .

Nul doute sur ce que peut représenter la recherche et l'innovation dans le développement d'un pays.

Le milieu de la recherche est à la fois producteur et utilisateur de l'I.S.T.

En Algérie, nous constaterons deux phases bien distinctes, quant à la recherche: (*)-

- celle où l'effort de recherche a été essentiellement dirigé vers les universités, dans le sens de la formation et où les entreprises n'étaient considérées que comme un milieu productifs répondant aux axes de production tracés .
- et celle où on a pris conscience que les activités de recherche devraient prendre en considération les choix et les priorités économiques et sociales. Elle se situe à partir des années 1980; années riches en textes régissant le milieu de la recherche et reflétant par là une volonté accrue de la développer.(voir annexe1)

(*) Elément de réflexion sur la recherche-développement en Algérie. de Abdenour. Kermane. In "Tribune et développement" n° 3. 1986, revue de l'Union des Sociologues et Economistes Algériens (USEA).

On exigera, alors des secteurs socio-économiques de créer et de développer des structures de recherche, aussi bien dans les entreprises que dans les instituts de formation placés sous leur tutelle. Les entreprises auront également à collaborer avec les unités de recherche et centres de recherche à caractère universitaire dans le cadre de conventions.

Dans un séminaire national tenu en 1982 (février) sur la recherche scientifique et technique, il a été question d'insister lourdement sur la nécessité de "renforcer l'efficacité et la promotion de la politique de recherche scientifique et technique et d'assurer au niveau national toute la coordination et l'intégration voulues à la recherche."

En 1984, on assiste à la création du haut commissariat à la recherche scientifique et technique (voir décret cité-ci dessus) qui aura pour mission l'"animation", l'"impulsion" et la "coordination" de la recherche à l'échelle nationale.

La création d'un Centre d'Etude et de Recherche en Information Scientifique et Technique (CERIST) qui sera placé sous la tutelle du HCRST (le Haut Commissariat à la Recherche Scientifique et Technique), il aura pour mission principale la création, la mise en place et le développement d'un réseau national d'information scientifique et technique; c'est ce centre qui jouera un rôle important dans la circulation de l'information.

Dans un avant-projet datant de 1990 on insiste lourdement sur "la création des conditions de production et de développement de la connaissance scientifique", sur "l'application et l'extension du progrès technique à tous les domaines d'activité du pays.", ainsi que sur "...la promotion et la diffusion de la culture scientifique au sein de la société en vue de l'élévation de son niveau scientifique et d'une meilleure appréciation des choix en matière de développement scientifique et technique."

II.3 Idéologie générale en matière d'I.S.T.

Inspirée de deux courants, l'idéologie algérienne en matière d'information est marquée par le socialisme d'une part et le tiers mondisme de l'autre.

En effet, l'information dans les pays socialistes est détenue par la communauté incarnée en la personne de l'Etat, d'où la notion de service public en tant qu'"activité" initiée par l'état dans le sens de l'intérêt général. (*)

(*)-ALLIOUCH KK.OP cité .

Dans les pays du Tièrs-monde, l'information est liée directement au développement "considérée comme un bien social au service de l'homme .." celle-ci ne peut être dans les pays en voie de développement qu'un instrument au service du développement.

En Algérie, les deux courants sont combinés : l'information est un instrument au service du développement cependant elle est indissociable du monopole de l'Etat.

Par contre dans les nouveaux textes (*) l'Algérie quitte l'idéologie socialiste de l'information et s'oriente vers une idéologie plus libérale, mais il est trop tôt pour affirmer cela sur le plan pratique car il reste beaucoup de remaniements à faire.

(*)constitution 23 fevrier 1989

PARAGRAPHE III. L'ALGERIE, "VERS UN TROISIEME AGE DE L'I.S.T."?

Dans le troisième âge de l'I.S.T., les acteurs du système informationnel se voient offrir une triple alternative, (*) à savoir:

- l'introduction et la généralisation des nouvelles technologies pour une meilleure gestion, un meilleur stockage, un meilleur traitement , ainsi qu'une meilleure interaction entre les différents partenaires,
- la possibilité d'offrir une bonne exploitation de l'information (accès facile,...),
- et enfin la couverture des besoins spécifiques des utilisateurs, avec l'offre d'une information de qualité.

Nous allons à travers le développement de ce paragraphe, voir si le système informationnel algérien se familiarise déjà avec ces trois composantes, en procédant à l'étude de l'organisation de ce système et de la façon dont se présente le marché, ainsi que des actions qu'il entreprend pour répondre à une demande diversifiée.

III.1 Le CERIST, en tant qu'organe promoteur de la circulation de l'I.S.T. dans la politique nationale en matière de diffusion:

III.1.2. Présentation du CERIST :

Le CERIST est une institution publique dépendant actuellement du ministère de la recherche scientifique et technique (**). Comme nous venons de le voir, il est le résultat d'une évolution historique de la politique nationale en matière d'I.S.T. :

Ayant axé la politique nationale de développement sur la recherche, et ayant institué des centres de recherche dans toutes les institutions nationales, et pour pouvoir répondre aux besoins de toute la communauté scientifique sur l'ensemble du territoire, il fallait disposer d'une infrastructure qui soit dédiée à la fonction de serveur national de l'I.S.T. en la dotant de moyens matériels et humains . Le CERIST se verra assigné pour mission principale; la mise en place d'un système national d'IST .

(*) Serge. Cacaly. Op. cité

(**)en fait c'est le haut commissariat à la recherche scientifique et technique(HCRST), promu dernièrement (1990) au rang du ministère de l'IST .

L'accomplissement de cette mission nécessitera un certain nombre d'actions concertées entre elles :

- l'étude et la promotion de mesures propres à assurer le développement de l'I.S.T.
- la participation à la constitution de banques de données.
- l'introduction et la généralisation de l'outil informatique dans le processus de collecte, traitement et diffusion de l'I.S.T., et la gestion des entités documentaires.
- la proposition de procédures rationnelles d'acquisition et de circulation d'I.S.T. et l'exploitation des ressources informationnelles nationales.
- le développement d'un réseau national d'I.S.T. et son interconnexion avec les réseaux régionaux et étrangers .

III.1.2. Politique de diffusion de l'I.S.T. :

L'objectif primordial, à la base duquel existe la création même du CERIST, est d'adapter l'offre de services à la demande des utilisateurs, de répondre à un certain besoin en information scientifique et technique en introduisant des moyens technologiques modernes de diffusion et de circulation.

L'accès à l'information est l'élément principal de cet objectif, y-a-t-il eu dans cet axe une amélioration palpable ?

La principale des actions, est de rendre accessible et disponible l'information :

* L'amélioration de l'accès à l'information secondaire par:

- la création de banques de données nationales
- la consultation des banques de données étrangères .

Le CERIST est en train d'oeuvrer en ce sens par la constitution et l'alimentation des bases de données nationales et l'acquisition d'informations de l'étranger, il dispose actuellement de plusieurs bases de données concernant plusieurs domaines d'activités(*).

(*cfr Annexe II .

Seulement disposer d'informations référentielles et factuelles seules ne suffit pas à résoudre le problème de l'accès à l'information, d'où :

* l'amélioration de l'accès à l'information primaire: lorsqu'il s'agit d'une information existant à l'étranger, le problème de la localisation ne se pose pas, étant donné que ce type d'information est structurée. Pour ce qui est de son acquisition, le problème commence à connaître de l'ampleur aujourd'hui. (voir supra: problèmes liés aux flux transfrontières de données.)

Lorsqu'il s'agit d'une information qui existe à l'échelle nationale, le problème de sa localisation se pose et par conséquent celui de son acquisition aussi, c'est pourquoi le CERIST oeuvre pour la création de catalogues collectifs qui puissent permettre la localisation. Cette action est en cours de réalisation avec la collaboration d'autres institutions nationales.

Il s'agit de l'élaboration de:

- Catalogue algérien des périodiques (les publications en séries sont importantes; représentant 80% des documents qui circulent entre centres de documentation);
- Catalogue algérien des ouvrages;
- Catalogue algérien des thèses,

d'autres bases de données sont aussi en cours de réalisation, tels que les catalogues des bibliothèques et centres de documentation.

L'exploitation de l'ensemble des bases de données ne pourra répondre aux besoins de la communauté scientifique que grâce aux moyens informatiques et de télécommunication, pour le traitement et la transmission. C'est pour cette raison que la politique nationale en matière de diffusion de l'IST est axé sur ces deux moyens.

* En matière de traitement de l'I.S.T., les laboratoires du CERIST ont réalisé des produits informatiques de gestion, de traitement et de restitution de l'information, établi des procédures normatives de classification et d'échange de l'I.S.T. devant favoriser son transfert sur supports magnétiques et télématiques(*).

(*) MOUSSA-BENHAMADI directeur de CERIST .

* En matière de transport des données le CERIST entretient des relations très étroites avec les P et T pour la réalisation des réseaux afin de permettre :

- l'accès aux bases de données par le biais de réseaux publics ,
- la mise en place de réseaux privés, devant relier les institutions de recherche entre elles,
- enfin l'interconnexion du réseau national d'I.S.T. à des réseaux étrangers tels que INIS (système international d'information nucléaire) et l'ISDS (système international des publications en série).

A côté de cela, il y a bien entendu, d'autres actions telles que l'amélioration des conditions de conservation et de préservation des documents, ainsi que l'organisation des sessions de formation continue permettant la sensibilisation du personnel et l'amélioration des compétences nécessaires à l'évolution souhaitée.

III.1.3. Le CERIST et ses usagers :

L'utilisateur est le maillon final de la chaîne de distribution.

Le CERIST comme tout service entretient plus ou moins des relations avec ses usagers, mais jusqu'ici on peut déjà dire que les prestations accordées sont faibles, étant donné qu'on ne se limite qu'à la consultation des banques de données, la localisation et les commandes de documents.

Afin de permettre l'appréciation du taux de consultation des bases de données disponibles au CERIST, nous avons relevé un nombre de requêtes conventionnées et non conventionnées entre le CERIST et les différentes institutions nationales :

la première catégorie regroupe les bases de données Medline, Cancer CD, CSA(Cambridge Science Abstract). Cfr tableau 1. (*)

La deuxième catégorie regroupe les bases de données Agris et Agricola.

Cfr tableau 2. (**)

La troisième catégorie regroupe toutes les autres bases de données (cfr tableau in annexeII), à l'exception des bases de données LC MARC UK marcet TSDS Cfr tableau 3. (***)

(*), (**) et (***) L-YDROUDJ:-le CERIST, centre serveur de l'IST in:revue de l'information scientifique et technique vol1,n°1.1991 p6 et 4

TABLEAU 1(*)

	1989	1990 1er sem.
Nombre de requêtes conventionnées	340	233
Nombre de requêtes non conventionnées	183	146
Nombre de références conventionnées	11766	11994
Nombre de références non conventionnées	8284	5621
Nombre total requête	523	379
Nombre total référence	20050	17615

TABLEAU 2()**

	1989	1990 1er sem.
Nombre de requêtes conventionnées	00	03
Nombre de requêtes non conventionnées	84	61
Nombre de références conventionnées	00	161
Nombre de références non conventionnées	2236	2574
Nombre total requête	84	64
Nombre total référence	2236	2735

TABLEAU 3(*)**

	1989	1990
Nombre de requêtes conventionnées	05	08
Nombre de requêtes non conventionnées	49	47
Nombre de références conventionnées	498	477
Nombre de références non conventionnées	2070	1722
Nombre total requête	54	55
Nombre total référence	2568	2199

A la lecture analytique des différentes rubriques représentant le nombre global des interrogations des bases de données, deux principales constatations sont à relever :

- la première est que le taux d'exploitation des bases de données est faible par rapport aux potentiels référentiels et factuels des bases interrogeables.

- la deuxième constatation est que le taux d'exploitation des bases de données en biomédical (cfr tableau 1) est nettement plus élevé en comparaison des autres (cfr tableau 2 et 3).

Nous avons choisi ce secteur comme échantillon pour notre enquête à côté du secteur agricole, qui vient en seconde position (cfr. Tableau), et ce afin de toucher de plus près les chercheurs et voir leurs problèmes en matière d'accès à l'information en tant qu'utilisateurs de l'I.S.T. et usagers du CERIST. (cfr infra)

Comme autre cas nous avons pris pour échantillon des chercheurs du domaine d'électricité et de gaz(*) en tant qu'utilisateurs d'I.S.T. mais pas nécessairement usagers du CERIST, ils le sont à un pourcentage très faible. C'est pour cela, que nous avons jugé utile de les toucher de plus près et voir le pourquoi de la question.

(*)société dénommée"SONELGAZ"

PARAGRAPHE.IV. ACCES A L'I.S.T. ET PROBLEMES LIES

IV.I. IMPORTANCE SOCIO-ECONOMIQUE DES SECTEURS CHOISIS

Il est important de souligner ici l'importance de ces trois secteurs, qui ont fait l'objet de cette enquête.

* Pour ce qui est du secteur biomédical, il s'est vu assigné comme objectif primordial la couverture des besoins de santé et ce gratuitement, pour permettre à une majorité écrasante de pauvres de poursuivre des soins. En parallèle il fallait développer les structures en place et ce en concertation avec la recherche et son développement et donc de permettre une bonne circulation de l'information au niveau des différentes structures concernées. Il faut dire à ce propos que relativement aux deux autres secteurs, il connaît une meilleure circulation de l'information et un bon développement de la recherche. (voir infra)

* Le secteur agricole, quant à lui s'est vu assigné comme objectif central la couverture la plus large des besoins alimentaires fondamentaux; il était donc opportun que les structures agricoles deviennent plus efficaces et connaissent un meilleur développement et ce par la prise en considération des expériences et initiatives des producteurs, ainsi que par l'intensification des productions agricoles et le développement de l'efficacité de toutes les structures. Pour cela, il était nécessaire de mener une bataille pour la rénovation du secteur et cela ne peut s'accomplir qu'en développant la recherche dans le domaine et de permettre donc une meilleure circulation de l'information. On signalera à prime abord que c'est le secteur qui souffre le plus en matière de circulation de l'information. (voir infra)

* Le secteur de l'électricité et du gaz relève du domaine industriel. Comme nous l'avons signalé ci-dessus, l'industrie s'est vu assigné un rôle moteur dans la stratégie de développement du pays. Il n'est pas sans ignorer que le principe de base est la valorisation des ressources naturelles, sans pour autant négliger celui d'améliorer les conditions de vie de la population.

SONELGAZ, en tant qu'entreprise d'Etat s'est vu confié ces activités, à savoir, la mise en valeur industrielle de ces ressources naturelles, entre autre la diversification de la production, le renouvellement des ressources énergétiques, ainsi que la valorisation des zones désertiques (par le biais de l'électrification de ces zones).

IV.II. CIRCULATION DE L'I.S.T. ET PROBLEMES LIES

Afin de mieux cerner le problème de la circulation de l'I.S.T, il était nécessaire de voir l'autre bout de la chaîne de transmission (de l'I.S.T.) à savoir l'utilisateur, nous sommes alors allés directement vers ces milieux spécialisés (ci-dessus mentionnés).

Pour notre échantillon, nous avons pris les micro-sociétés spécialisées au sein de ces mêmes milieux.

- Du domaine biomédical, notre échantillon s'est limité aux chercheurs de l'institut Pasteur, du service microbiologie. L'échantillon est composé de cinq (5) chercheurs sur dix (10) [5/10].

- Du domaine agricole, nous avons contacter l'Institut National Agronomique (Polytechnique-INA) et l'Institut Nationale de Recherche en Agronomie (INRA). L'échantillon est composé de cinq(5) chercheurs sur onze (11). [5/11]

- Du domaine de l'électricité et du gaz, nous avons pris pour échantillon, les chercheurs des deux unités de recherches de SONELGAZ :

* la direction des techniques nouvelles créé en 1978 .[échantillon limité à trois chercheurs sur onze.

* la structure méthode de calcul et de simulation, créé en 1985 échantillon limité à cinq (05) chercheurs sur onze [5/11].

A préciser que territorialement nous nous sommes limités à la capitale, Alger.

On a été amené à enquêter sur la culture de recherche d'information, voir quelles étaient les méthodes de recherche d'information suivie par les chercheurs et qu'elles étaient leurs sources d'information.

Nous avons chercher à comprendre si le CERIST était connu par les utilisateurs de l'I.S.T., et dans la mesure où la réponse était positive, à comprendre s'il répondait réellement à leurs préoccupations, autrement dit ressentaient-ils le besoin de recourir à d'autres sources d'information autres que le CERIST.

IV. II.1. Les problèmes liés à l'accès à l'I.S.T. au Biomédical

Pour les chercheurs de l'Institut Pasteur, deux voies s'offrent, quant à leurs accès à l'I.S.T., être client seulement du CERIST, autrement dit se limiter qu'au CERIST ne suffit pas à résoudre la totalité du problème (*), Ils font aussi appel à l'INIST (Institut National d'I.S.T.), organisme étranger afin d'acquérir la documentation primaire de et d'avoir des références, ainsi que de l'information traitée, quant à certains points spécifiques. (**)

(*) propos recueillis auprès des chercheurs de l'Institut Pasteur (au service de microbio-ils sont au nombre de 10).

(**) propos recueillis auprès du gestionnaire de la documentation de l'institut Pasteur.

Bien qu'étant usagers du CERIST, les chercheurs de l'Institut Pasteur, trouvent que le centre ne répond pas parfaitement à leurs besoins, pour les raisons qui suivent :

a)- en premier lieu le CERIST ne dispose que de bases de données et B de D référentielles et factuelles.

l'absence de bases de données textuelles les laisse recourir à d'autres sources telles que l'INIST.

Donc, pour eux l'indisponibilité du document primaire est un obstacle à l'accès à l'information.

A noter que dans les propos recueillis auprès des gestionnaires de banques de données du CERIST, ce dernier est en train d'œuvrer en ce sens .

Le problème qui se pose ici, est le gain de temps. Alors les chercheurs et le gestionnaire de la documentation pour gagner plus de temps préfèrent aller directement vers la source que de passer par le biais du CERIST.

b)- Un autre problème qui se pose est celui de la pertinence de l'information recueillie sur le listing des références une fois tiré, il a été fait constat d'existence de références non pertinentes pour la question formulée (bruit) : demande mal formulée ? ou mal comprise par ceux qui effectuent l'interrogation?, ici intervient le rôle que doit jouer l'éducation des utilisateurs des BdD. (cfr. Infra)

IV. II. 2. Les problèmes liés à l'accès à l' I.S.T. au niveau de l'agricole.

a)- **Au niveau de l'I.N.R.A :**

Le centre Mehdi Bouâlem de recherche attaché à la direction générale du milieu physique zoo et technique (climat, sol, animal) crée en 1967, joue le rôle du superviseur de recherches auprès des quatre autres centres de recherche situés sur différentes zones du territoire :

- Relizane, Belabès pour la zone ouest.

- Tougourt, Adrar pour la zone sud.

* En premier lieu, il est à signaler (avec un grand étonnement) que le CERIST n'est pas du tout connu par les chercheurs de ce centre, ces derniers ignorent même que le CERIST dispose de bases de données relevant de leur domaine (Agris et Agricola).

* En second lieu, il a été question de savoir comment effectuent-ils leurs recherches et comment accèdent-ils à l'information ?

Ils effectuent les opérations classiques; recherche de références bibliographiques classiques à l'aide des catalogues des éditeurs spéciaux, puis ils effectuent leurs commandes directes.

A signaler qu'il n'existe pas auprès de ce centre, un documentaliste spécialisé, ce sont les chercheurs eux-même qui effectuent à tour de rôle les différentes opérations relatives à la documentation.

b)- Au niveau de L'I.N.A.

On dispose de plusieurs départements et d'une direction de post-graduation.

Les utilisateurs de la documentation scientifique et technique sont donc les étudiants, les enseignants (chercheurs), et les chercheurs en post-graduation .

Il dispose également d'un centre de documentation qui, lui, joue le rôle d'intermédiaire entre les utilisateurs et le CERIST.

Au cours des entrevues avec certains enseignants et le directeur même de la post-graduation nous avons relevé qu'ils n'ont aucune idée de ce qu'offre le CERIST. Pour le chercheur, le soucis premier est d'avoir de l'information, il ne cherche pas d'où elle lui parvient.

Par contre, c'est au documentaliste qu'incombe l'obligation d'entretenir les relations avec les fournisseurs de l'information, ces derniers jouent le rôle d'intermédiaire entre les chercheurs, professeurs, étudiants et le CERIST.

Le problème ici est similaire à celui qui se pose aux chercheurs du biomédical: la disponibilité du document primaire, le CERIST est loin de répondre aux besoins réels des usagers.

IV. II.3. Les problèmes liés à l'accès à l'I.S.T., à SONELGAZ.

Nous avons signalé que la société SONELGAZ dispose, au niveau de la capitale, de deux structures de recherche, ces dernières sont sur le point d'être fusionnées en une seule unité de recherche qui sera nommée direction d'étude et de recherche appliquée (DERA).

A l'heure actuelle, un groupe de travail est institué pour la standardisation au niveau de la distribution interne de l'information entre les différentes unités de recherche de SONELGAZ existant sur le territoire national .

Ils ont une étroite liaison avec EDF (France) et ENL (Italie) .

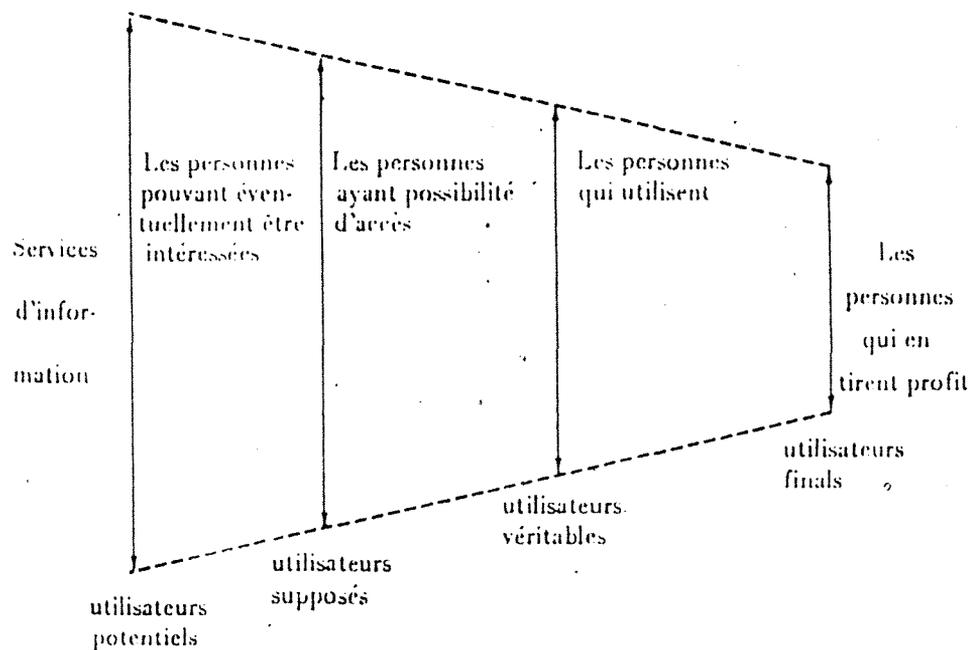
Les centres de documentation de ces deux sociétés constituent les principaux fournisseurs d'information pour les chercheurs de SONELGAZ dans le cadre de conventions établies, ces derniers, pour être de véritables usagers du CERIST, ils ne le sont pas. Leurs sources d'informations; ce sont les éditions spécialisées, avec commandes de la documentation primaire de l'étranger .

Pour l'instant ils ne peuvent faire appel au CERIST, car ils ne peuvent se contenter de références. Afin de gagner du temps, ils préfèrent avoir recours à d'autres procédés, pour ce qui est de l'acquisition du document primaire; commande et acquisition classique facilitées par les centres de documentations d'EDF et d'ENEL. Le second problème est qu'ils recherchent de l'information traitée, pour l'instant le CERIST ne peut répondre à ce besoin, ils s'orientent aussi ailleurs.

A noter qu'actuellement, des efforts sont en train de s'effectuer pour que le CERIST se dote de bases de données propres aux domaines de recherche de SONELGAZ et qu'une convention est sur le point d'être ratifiée entre les deux parties quant à cela.

Après ce bref parcours auprès des utilisateurs de l'I.S.T., quant à leurs problèmes d'accès à l'information, nous avons procédé à leur classement selon le modèle d'utilisateurs de l'I.S.T. proposé par J. P. DELOOF, C. Lemaignan, et C. MALEAS(*) .

LE MODELE :



(*) In "les attentes des utilisateurs en information scientifique et technique"-Paris-BNIST (Bureau National de l'Information Scientifique et Technique).

-sous la rubrique d'utilisateurs potentiels, nous pouvons classer tous les utilisateurs se trouvant sur le marché de l'I.S.T. en Algérie et qui n'ont pas été mentionnés dans la présente étude, ainsi que ceux de SONELGAZ .

-sous la rubrique d'utilisateurs supposés, nous pouvons classer ceux d'INRA, et d'autres qui peuvent être dans le même cas que ces derniers (et qui n'ont pas fait l'objet de la présente étude).

-sous la rubrique utilisateurs véritables, nous pouvons classer ceux du biomédical et ceux de l'INA .

Enfin pour simplifier, on peut dire qu' à prime abord le CERIST peut bien faire une distinction nette et générale entre les utilisateurs potentiels et les utilisateurs réels se trouvant sur le marché de l'I.S.T.

Le problème de la circulation de l'I.S.T. en Algérie n'est pas seulement un problème d'ordre technique et matériel, il est aussi dû à d'autres facteurs d'ordre socio-économique.

Si l' I.S.T. circule mal en Algérie, cela est dû en premier lieu à l'inadéquation de l'offre à la demande, mais on peut dire qu'il ya d'autres facteurs qui sont aussi à l'origine de la mauvaise circulation de l'I.S.T. Ces facteurs sont d'ordre psycho-sociologique; de comportement humain, de culture, d'organisation et de gestion.

Nous avons relevé, dans ces trois milieux que la demande n'était pas pleinement satisfaite et qu'au sein de ces mêmes milieux il existe des degrés de satisfaction, cela est dû certainement à la dynamique de la demande qui est différente dans chaque milieu.

Au Biomédical et à SONELGAZ, nous avons constaté une certaine dynamique de la part des chercheurs, chose que nous n'avons pas constaté auprès des chercheurs de l'INRA.

En effet, dans un pays jeune comme l'Algérie où il y'a eu de l'implantation de systèmes étrangers, il est tout à fait normal que cette juxtaposition de cultures (de travail , de gestion, d'organisation,...) ne puisse durer longtemps, ni donner de bons résultats.

Car, au niveau de ces deux secteurs, si l'implantation a eu lieu, il n'y avait pas de rupture totale avec l'ancien système à savoir le système français, ceci est valable surtout au niveau de l'organisation et de la recherche, que les "paires" en cette matière ont su maintenir et transmettre aux générations qui ont suivi. Ce qui fait que la recherche a résisté au courant et que la circulation de l'information a mieux fonctionné, bien qu'ils restent des maux à remédier.

Par contre, au niveau du secteur agricole, l'implantation a eu lieu accompagné d' une rupture totale avec l'ancien système, ce qui a généré un "traumatisme" au niveau des mentalités et de leur évolution, et de là, la gestion a mal fonctionné, la recherche aussi et l'information a mal circulé.

La crise réside, en fait en termes d'évolution des mentalités et de la capacité de l'ensemble; individus et institutions à épouser les différents mouvements socio-économiques.

IV. III. CONCLUSION

***L' information, est elle considérée comme une troisième ressource en Algérie?**

Comme on peut le constater à travers ce qui vient d'être avancé, l'Algérie a pour le plus axé sa politique de développement sur les deux premières ressources, à savoir la matière première et l'énergie. On se rend compte aujourd'hui que toutes les orientations ou tentatives en ce sens ont été voué à l'échec. On prend conscience aussi que d'autres pays, sans disposer de ces ressources ont su mener leur réussite et ce grâce à cette troisième qu'on nomerait "l'information".

Aujourd'hui avec cette prise de conscience le pays, sans négliger les deux premières mais avec d'autres orientations certainement, axera plus sur le développement de la troisième ressource, son développement et sa meilleure circulation. (voir avant-projet datant de 1990, cité ci-dessus) Car tout secteur vital ne peut se développer sans être irrigué. On ne peut parler de productivité sans informer.

***Le troisième âge ou l'âge industriel de l' information en Algérie**

l'âge industriel de l'information est l'âge où les acteurs du système informationnel se voient offrir la perspective

- d'introduire à une large échelle les nouvelles technologies en intégrant les moyens informatiques modernes afin de permettre une organisation industrielle de l'information pour une meilleure productivité,
- de lancer de nouveaux systèmes d'exploitation de l'information en facilitant l'interrogation des banques de données et en permettant une meilleure exploitation de l'information par le biais d'un traitement approprié.

Au vu de ce qui vient d'être avancé, l'Algérie étant un pays qui est en pleine mutation et adaptation continue à un environnement international donné, est ~~quand même~~ en train de saisir ces opportunités en essayant d'introduire cette perspective pour que les agents du système informationnel en profite. Seulement on ne peut affirmer qu'on est au stade de maturité, on est seulement à l'aube de l'âge industrielle de l'information.

Pour ce qui est de la troisième tranche de cette perspective à savoir l'exploitation intelligente de l'information grâce (justement) à l'introduction élargie des nouvelles technologies qui doit permettre l'offre

- de nouveaux services adaptés aux besoins des utilisateurs
- d'une information de qualité,
- et enfin une diversification des produits répondant à la diversité de la demande.

De ce point de vue là, il reste beaucoup à faire; les préoccupations existent certes, mais il reste d'agir et d'entreprendre (voir infra, cfr conclusion).

CONCLUSION

CONCLUSION

Comme signalé ci-dessus, notre enquête a donc porté sur les besoins en I.S.T., les sources et modes d'acquisition d'information auprès de trois centres de recherche .

On a relevé finalement, quant aux modèles choisis par l'utilisateur de l'I.S.T. en Algérie, que faute d'avancement dans le modèle de l'information en ligne, ce dernier est faiblement utilisé et que le modèle des médias spécialisées (éditeurs spécialisés) est très développé. Tous les chercheurs et étudiants ont recours à ce dernier.

- soit parallèlement au premier .

- soit en ayant recours au dernier par choix (étant donné l'habitude acquise) ou par nécessité en ignorant l'existence même d'un centre serveur tel le cas des chercheurs de l'INRA; ou par inexistence de l'information spécifique aux besoins ressentis (ou aux problèmes spécifiques), tel le cas des chercheurs des unités de recherche de SONELGAZ. Ou bien le besoin est mal perçu par l'offreur de service, automatiquement l'information recueillie est jugée non pertinente (existence de bruit). Tel est le cas des chercheurs du biomédical .

Il n'y a pas eu d'allusion de la part des chercheurs au troisième modèle "le consulting" ou conseil, bureau d'études, qui pourrait très bien répondre aux besoins spécifiques de l'utilisateur de l'I.S.T. et jouer le rôle d'intermédiaire entre le CERIST en tant que centre serveur et les utilisateurs de l'I.S.T.

Ce modèle est absent sur le marché de l'information scientifique et technique en Algérie pour l'instant.

Nous relevons finalement que la circulation de l'I.S.T. en Algérie, ne va pas sans difficultés, que la demande est faible et que l'offre ne s'adapte pas réellement à la demande.

Pourtant les banques de données suscitent un vif intérêt, considérées même par certains comme un moyen qui rendrait possible la maîtrise par l'utilisateur de l'information spécialisées, d'un autre côté, l'utilisation des banques de données ne se développe pas comme il se doit, plusieurs facteurs entrent en jeu :

* le marché algérien n'est pas totalement couvert par l'utilisation des banques de données, on est seulement en phase initiale.

* plusieurs utilisateurs de l'I.S.T. se tiennent encore aux méthodes de recherches traditionnelles par habitude documentaire, et même les dépenses servent plus à acheter des ouvrages, à s'abonner à des revues mais pas (ou rarement) à consulter le centre serveur.

* La demande potentielle de l'I.S.T. ignore l'existence d'un centre serveur, doté de banques de données qui peuvent servir à répondre à leurs besoins.

* L'offre ne se développe pas avec les contraintes du marché, elle est faible et n'utilise pas de stratégies pour atteindre la demande potentielle, ou fidéliser l'utilisateur réel et ceci est dû au manque de stratégie et de politique de communication; on n'a pas encore acquis l'habitude d'aller vers le client, de connaître ses motivations, et d'essayer d'y répondre ou d'apporter des satisfactions.

Dans un pays comme l'Algérie, les choix stratégiques des domaines de recherches nécessaires au développement du pays et les grands axes et directives d'une politique nationale de développement relèvent du choix des pouvoirs politiques en place. Il en est de même de tous les moyens nécessaires à la réalisation des projets, y compris la mise en place d'un système national d'information scientifique et technique, ainsi que la dotation d'un centre serveur, outre les moyens matériels et humains, de certaines prérogatives afin d'accomplir une mission donnée dans un système qui est loin de se soucier des besoins réels du marché, mais de répondre à une politique déterminée. Actuellement, la situation a tendance à changer, le monde politico-économique est en pleine turbulence à laquelle il faut s'adapter.

La conception que nous venons d'évoquer ci-dessus commence à être remise en cause, il faut aujourd'hui se soucier de la base et de ses motivations. Le CERIST, en tant qu'organe promoteur de la circulation de l'I.S.T. doit changer de politique, orienter sa stratégie vers les besoins du marché, en incluant les motivations réelles de l'utilisateur, et en adoptant une stratégie de communication pour acquérir la demande potentielle.

Nous sommes convaincu qu'une stratégie marketing (voir troisième âge du marketing, cfr Ière partie) peut très bien s'appliquer à la situation actuelle en Algérie.

En tant que centre serveur, le CERIST. doit assurer à la fois un rôle technique et commercial.

Sur le plan technique et gestion interne le CERIST est en pleine effervescence, en essayant de se doter de moyens efficaces pour la circulation de l'information, en axant spécialement sur la multiplication des réseaux. Ce qui lui manque c'est une politique commerciale, c'est à dire aller vers le marché, mettre des solutions techniques nouvelles au service d'une stratégie marketing, à travers des projets innovants cherchant à valoriser l'offre en tenant compte des besoins du marché et en réunissant un ensemble de moyens scientifiques et rationnels (voir les différentes variables du marketing-mix cité plus haut).

Actuellement, sur le marché de l'I.S.T., le CERIST. occupe une place prépondérante, toute la politique d'un système national d'I.S.T. repose sur son existence et son développement. Dans la chaîne d'interrogation, en tant que centre serveur, il a la chance d'être proche de l'utilisateur et peut réaliser une meilleure adéquation de l'offre à la demande, pour ce faire il doit le toucher et le fidéliser , il doit réaliser alors l'exploitation intelligente de l'information (voir supra); offrir aux utilisateurs de nouveaux services

adaptés à leurs besoins, une information de qualité, et enfin une diversification des produits répondant à la diversité de la demande, pour ce, il faut être proche d'elle, de déceler ses besoins et de développer une politique de communication (d'aller vers...).

* En ce sens, le CERIST devra compter sur l'existence déjà importante des centres de documentation existant auprès des différentes structures et qui ont un étroit contact avec les utilisateurs.

Ces centres de documentation devraient servir de relais internes entre l'utilisateur et le CERIST. Ces relais ont un grand rôle à jouer finalement: ils seront plus proche de l'utilisateur, donc plus conscient de ses besoins réels et auxquels ils pourront répondre parfaitement.

Ces centres pourront contribuer à l'offre d'un service complet, donc de rechercher l'information voulue (avec tout le travail de documentaliste que cela nécessite) ensuite la synthétiser et enfin, grâce aux moyens nouveaux d'exploitation, offrir une information élaborée, directement utilisable par l'utilisateur en fonction de ses besoins, et ce avec la collaboration du CERIST.

* Le CERIST doit penser à offrir une information de qualité, le temps passé à la recherche avec tout l'effort que cela nécessite ne devrait pas être une perte, il faudra penser à offrir un produit de qualité qui doit attirer le client et le fidéliser.

* Enfin une segmentation du marché est plus appropriée. En effet à différents segments doit répondre différentes gammes de produits informationnels.

Nous avons vu plus haut que la clientèle biomédicale et de SONELGAZ est désireuse d'obtenir sur des sujets très précis des informations très précises et rapides, avec la nécessité d'accéder à la documentation primaire, il en est sûrement de même pour d'autres clients qui n'ont pas figurés dans la présente étude.

Le secteur agricole, constitue également une clientèle très importante qu'il faudra savoir attirer par le biais d'une politique de communication et de sensibilisation, que ce soit au sein des entreprises et des universités ou aux cours des formations, et ceci est valable pour toute la clientèle.

Ainsi cette politique doit servir à toucher les utilisateurs de l'I.S.T., à les fidéliser en développant un service de qualité et des produits informationnels synthétisés, élaborés, de qualité et pertinentes; répondant convenablement à sa demande potentielle.

Aussi à côté des banques de données référentielles, il faudra penser à faciliter et favoriser l'accès vers le document primaire.

En parallèle une politique de promotion par l'organisation de démonstrations, en usant de meilleurs outils à mettre à la disposition des usagers, à développer pour la consultation.

Dans tous les cas, il serait loisible d'apprendre à tous ceux dont l'activité repose sur la connaissance à mieux se procurer et assimiler les connaissances qui leur sont utiles. Cela constitue l'aspect essentiel de toute acquisition de savoir scientifique et technique. Et dans cet axe il reste beaucoup à faire en pratique.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE

- **ABID.** Abdelaziz. ; **BENDJELLOUN.** Mohamed. -*The training of information spacialists in Maghreb and Sénégal.*, In "Bulletin des bibliothèques de France", 30 (1)1985. 62/67
- **ALLIOUCHE.** Kerboua Kamel. -*La libre circulation de l'information : Aspect juridiques et technique* (Thèse). Université Robert Schuman. Strasbourg III. 1989.
- **ANDERLA.** George. -*l'information en 1985 :une étude prévisionnelle des besoins et des ressources*, O.C.D.E. PARIS _
- **ANGEL.** C. -*Information, new technology and man power : The impact of new technology on demand for information specialists.* The British Library. 1987.
- **ARIST.** Alsace, Strasbourg. -*L'information sur mesure pour les P.M.I :un nouveau métier, celui de l'ingénieur en information.* In Annales des mines,. Spécial Avril. 1989. 67/74
- **ARIST.** Alsace, Strasbourg. -*l'information scientifique, technique et économique pour l'entreprise.* In : documentaliste. Vol 27/1. 1990. P11/20
- **ARDITTI.** J.C. -*L'information scientifique et technique et les nouvelles technologies ; enjeux économiques et culturels.* In : Documentaliste. N° 6. Nov-Dec. 1980.
- **ASSELAH.** S. -*Bases et banques de données : la diffusion de l'I.S.T par le CERIST.* In : Revue de l'I.S.T Vol.1 N°1 1991.
- **ASSENAT.** Thierry., **BOUILLAGET.** C., **DAMAIS.** J., **GILBERT.** H. -*Pour une relance de l'information électronique en Europe :16 propositions.* In : Documentaliste Vol 25. N°1. Jan-Fev. 1988. P25
- -----(1988),
Analyse (L') de la valeur et la documentation en RFA. In : Documentaliste Vol 25/4-5.

- **BACHR.** Laydia. -*Les réseaux d'information scientifique et technique : étude de l'exemple d'information d'un réseau national au Maroc.* Doc. 3^{ème} cycle. Science de l'information. Univesité HESS. 1987

- **BAR.** Jacob. -*l'industrie de l'information en ligne : Produits proposés et besoins des utilisateurs.* In Documentaliste Vol 26/4 5. Juil-Aout 1989. P167/172.

- **BASSIT.** Ahmed. -*The arab scientific and technical information net work.* UNESCO. 1990

- **BAUD.** P. - *Une approche du mega-marketing Cn3 : le marketing des services* P23-27. Paris : Eyrolles management. 1987.

LAM
- **BELMOUTIER.** F. - *Quelques reflexions sur l'économie de l'I. S. T.* In : Documentaliste Vol 16/1. P3. 1979.

- **BENHARAT.** A. - *Stratégie de l'offre dans l'industrie des banques de données.* In : Documentaliste Vol 26/6. P 233. 1983.

- **BENHAMADI.** M. (1991); *Les perspectives des développements des réseaux d'I.S.T.* In : Revue de l'I.S.T. Vol 1. N°1. 1991.-

- **BENSEBTI.** A. - *Scientific and technological information in the arab world.*
In : Revue de l'information scientifique et technique Vol 1; n° 1. 1991.

- **BIRKS.** - *Report : information services in the market place.*
London : British. Library. P.70.1978.

- **BOUCENNA.** A. - *l'information scientifique et technique et Algérie.*
Mémoire de D.E.A, T. M. S. S. Information et documentation. Grenoble. 1981.

- **BRON.** Jérôme. , **LOUP.** Albert. - *L'étude des besoins de la population.*
Paris : Edition d'organisation. 1980.

- **BRON.** Jérôme. - *Marketing des services publics.* Paris : Edition d'organisation . 1980.

- **BRITAIN.** J.M. - *Information and it's users.* A review with special references to the social sciences. 1970.

Technique

- **BRZEZINKI**. Zbignieur. -*La révolution technologique*. Calvann- Levy, Paris 1971.

- **CABIN**. Edouard. -*Les banques de données*. Bureau national à l'information scientifique et technique, la documentation Française - Paris 1975.

- **CACALY**. Serge. -" *Les pouvoirs publics dans l'histoire des banques de données*" In : Documentaliste Vol 27/5-3, Mai-Jui 1990

- **CACALY**. M. -*L'information scientifique et technique aux Etats-Unis*, in : Documentaliste Vol 1. 1977. 4/1.

- **CHENAIFI**. Abdel Hakim. -*Les banques de données en France. Analyse environnementale internationale, Gestion et prospective*, Thèse de 3e cycle en sciences de l'information et de la communication, Université Aix.Marseille. 1987.

- **C.N.U.C.E.D.** - *Rapport de la commission du transfert de technologie - 7eme session de conseil de commerce et de développement*. Document N°4. Janv-Fev 1989

- **COLLIER**. *The supplier's view*.-London Aslib and USIDIC. Conférence Oslo, Dec 1975. P107/110.

- ----- (1986) ;
Coût de l'information en ligne , in Documentaliste Vol 23/1. P16 - 1986 -

- **DARAS**. Xavier. -*Quel marketing pour les banques de données ? Quels supports pour quels types de services ? L'information : un produit, une stratégie marketing*. in conférences sur : Télématicque et communication. Collogue infodial. Session du 3 oct 1990.

- **DELOUFF**. J. P , **LEMAIGNAN**. C., **MOZAZ**. C. -*Les attentes des utilisateurs en I.S.T* Paris : BNIST. 1977.

- **DERBAL**. Zineb. -*Développement de l'information documentaire en Algerie: Organisation et automatisation*; Doc de 3^e cycle en sciences de l'information. Université d'EHESS 1979.

- **DERMOUCHE**. Aissa. -*L'introduction à une utilisation de l'information en planification économique : Etude de cas : L'Algerie*. Doc de 3e cycle en science de l'information. Université d'EHESS. 1978.

- **DULONG.A.** -*Les systèmes d'information scientifique et technique et leurs problèmes (compilations et réflexions)*. In Documentaliste Vol 23/1 P16. 1986

- **DURIEUX.** Audouin. -*On_line information in Europe*. EUSIDIC, calne. England. 1989/1990.

- **DUSSOULIER. N.** -*Le marché de l'information, une analyse des besoins dans les pays en voie de développement*. In : Documentaliste. Vol 16/5. Sept. P191

- **EIGLIER.** Pierre., **LANGÉARD.** Eric. -*Le marketing des services : Strategie et management*. MC. GRAW. HILL 1988

- **ECREMENT. MARC.** -*Indépendance politique et libération économique: Un quart de siècle du développement de l'Algérie 1962-1985*. ENAL/OPU (ALGER). PUG (GRENOBLE). 1986.

- **EVANS.(A. J.), - Rodes (R.G.), - Keenan. S.** *Formulation des utilisateurs de l'information scientifique et technique*. Paris : Guide de L'UNISIT pour l'enseignement. 1977.

- ----- (1986);
Etat (L') et le marché de l'information. In Documentaliste Vol 23/4-5. Jui-Oct .1986. P177

- **FALCAO. SOARES DE FILGAUGIRAS GOMES** (mario yede).
Le rôle de l'état dans la mise en place d'une politique nationale d'information scientifique et technique : le cas du Brésil . Doc de 3^e cycle en sciences en l'information. Université d'EHESS. 1984.

- **FEUVRIER.** Alain. -*Contribution à l'étude des représentations sociales du savoir. Le cas du centre de documentation économique et social d'Oran-Algerie*. Doc de 3e cycle en psychologie. Université de Nice. 1984 -.

- **FLIPO. J. P.** -*Le management des entreprises de services*. Paris : Edition d'organisation 1984.

- **GERARD. B.L.** -*La publicité, branche-clef du marketing*. Paris : DUNOD. 1972.

- **GERMON.** Claude. - *Proposition pour la mise en valeur de l'offre et services et le développement d'un secteur de l'information industrielle et commerciale*, (non publié), Rapport au premier ministre - Novembre. 1985.

GREYSEL

- **GREYSEL. Pierre;** *Le 3^e âge de l'information : perspective de l'I.S.T.*
In : Revue recherche technologique . N°2 . 1986 .

- **GROUPEMENT FRANCAIS DES PRODUCTEURS DES BASES ET BANQUES DE DONNEES.** -*Les bases et banques de données, pétrole gris, une chance pour la France,* Rapport Paris. Octobre. 1981.

- **GROUPE REGIONAL;** Rhone / Alpes. Grenoble. -*L'information utile, une approche consoméristique du marché de l'information documentaire* . Collection : Recherche en sciences de l'information. - 1989 -

- **HADDAD. Mohamed.** -*Le fonctionnement économique des systèmes d'information en Tunisie.* - Doct de 3^e cycle en science de l'information à l'Université de Paris II. 1984.

- **HERMEL. Laurent.** - **ROMAGUI. Patrick.** -*Le marketing public : une introduction au marketing des administrations et des organisations publiques.*
Paris. Economica. 1980

- **HOROVITZ. J.** -*La qualité de service à la conquête du client*

-**INTERNATIONAL FEDERATION FOR DOCUMENTATION.**
"users of Documentation ". Buenos.Aires. - 1980 -.

-- ----- (1983) ;

Information Spécialisée et industrie de l'information en R.F.A. In : Documentaliste Vol 20/1, Jan-Fev. 1983. P21.

- **KIKPATRICK. C.A., -Tillman. R.** -*Promotion : communication en marketing*
Presse de l'Université du Quebec. 1984.

- **KNICKI. M.** -*L'organisation des réseaux d'information scientifiques dans les pays aux possibilités restreintes : les premisses (I)* in : Documentaliste Vol 21/1 P18. (II) in : Documentaliste Vol 21/6 P188.-

- **KOTTENSTETTE. Jones.M.** -*Accessing numeric data via flags and tags; progress report on a real world experiment. The value of information -* Collection of papers. USA : presented at 6th may. 1977.

- **LEMAIGNAN. Christian.** *Des conduites face à l'I.S.T en milieu industriel.*
Doc de 3^e cycle en sciences de l'information à l'Université d'EHESS. 1979.

- **LEMAIGNAN. C.** -*Finalité et rentabilité de l'information scientifique.*
In: Documentaliste Vol. 14/4. Jui-Aut. 1977. P31

- **LE TELLIER. Hervé.** *Banques de données Françaises; des outils peu communs, mal promus, sous-utilisés .* In Ressouces/ Temps réel. Nov 1985. N° 15.

- **LKHYAT. ZOGARI. Nouzha.** -*L 'information scientifique et technique au Maroc : infrastructures, besoins et perspectives d'un système national.* Doc de 3^e cycle en science de l'information. Université de Paris IV 1980.-

- **LUCAS. N.** -*Bases et banques de données Japonaises.* In : Documentaliste Vol 21/2 . Mars-Avril. 1984. P60

- **LOI. N° 84/22 ,du 24. Dec 1984.** Portant plan quinquennal. 1985-1989. In : Revue Algérienne des sciences Juridiques Economiques et Politiques Vol XXII N°1. mars 1984.

- **LOI. N° 90/70, du 3 Avril 1990.** Relative à l'information. in : Journal officiel. n°14 du 4 Avril 1990.

- ----- (1980) ;
La politique des pouvoirs publics et ses instruments : le rôle de la missions interministérielles de l'I.S.T. In : Documentaliste N° 6. Nov-Dec. P195.

- ----- (1980) ;
Les objectifs des producteurs Français de bases et banques de données. In : Documentaliste. N°6. Nov-Dec. P200.

- ----- (1980) ;
Le point de vue des utilisateurs de bases et banques de données. In : Documentaliste N°6. Nov-Dec. P216

- **MARTINET. B., Ribault. J. M.** -*La veille technologique concurrentielle et commerciale.* Edition d'originisation. 1989.

- **MAYERE. Anne.** - *Economie de l'information ou information dans l'économie ?.*
In : Economie et Humanisme. N° 302. Jui-Aut.1988

- **MAYER. René.** -*Information et compétitivité.* Commissariat général au plan. La documentation Française - Paris. Dec 1989.

- **MAYROS.** Van., Michael Wenner. D. -*Data bases for business; profiles and applications, Reduar* - Pen Sylvania. Chilton book. Company . In : Documentaliste Vol 26. 1989.N°4/5.

- **MEYRAT.** Jean. -*Quelques réflexions sur l'économie de l'I.S.T.E.* In : Documentaliste Vol 16. 1979. N° 1.

- **MORIN.** Marie-France. -*Etude d'une méthodologie d'élaboration et de mise en place d'une politique d'information scientifique et technique dans un pays en voie de développement. Exp: Le Sénégal.* Doc de 3^e cycle en science de l'information à l'Université d'EHESS. 1979.

- **MIDIST.** - *le programme d'aide à la promotion des banques et bases de données spécialisées.* MIDIST - Bulletin d'information (1) Fev. 1988. P4/5.

MOWLANA.Hamid; *La circulation internationale de l'information :Analyse et bilan.* Etudes et documents d'information. N°99. UNESCO 1985.

MUET. Florence. -*La surveillance de l'environnement.* Synthèse bibliographique. DEA. Sciences de l'Information et de la Communication. ENSB. LYON. 1990

- (1979) ;
Le marche de l'information une analyse des besoins dans les pays en voie de développement.
In : Documentaliste. Vol 16/5-4 Sept-Dec P191

- **PELOU.** Pierre., **VUILLEMIER.** Alain. -*Innovation et nouvelles technologies de l'information . Paris : la Documentation Française - 1987. P543.*

- **PELOU.** Pierre. - *Rôle stratégique de l'information et de la documentation*
In : Documentaliste. N° 4-5. 1986

.- **PINHEIRO.** VASCONEECOS. William. -*L'utilisation de l'information spécialisée, une expérience du Brésil.* Doc de 3^e cycle en sociologie à Paris VII. 1984.

- **POULET.** J. P. -*L'information : un produit, un marché; .Mémoire DESS.*
Information et communication. ENSB. LYON. 1983

- (1986);
Réalité et perspective du développement de l'industrie de l'information Française. In : Documentaliste Vol 23/2. Mars-Avril 1986. P47.

- **ROMDHANE.** Ali. - *L'infrastructure de la documentation en Tunisie et la politique de développement documentaire- Bibliothèque et centres de documentation .Doct de 3^e cycle en sciences de l'information.* Université d'EHESS. 1979.

- **ROSENBERG.** Victor. -*Cultural and political tradition and their impact on the transfert and scientific information. Information service and use.* 1(2) Aug 1981. P75-80.

- **RWANBONERA .** F. -*L' information scientifique et technique au Rwanda. Esquisse d'un systeme national. d'I.S.T.* Grenoble. 1982

- **SALUN.** Jean. Michel. -*Marketing des bibliothèques et des centres de documentation.* E N S B. Lyon - 1989/ 1990. (1) Analyse. (2) Stratégies.

- **SCHMIDT. M. , RIENDL.** Martin. -*The germen documentalit's references : Specialist information : methods management and marketing.* Nachrichten fur documentation. 36 (6). Dec. 1985. P269-270.

-**SERRA.F.G.**- *Dictionnaire méthodologique du marketing.* Paris : Edition d'organisation. 1987.

- **SQUALLI.** H. (1978). - *Présentation d'un projet d'une banque de données maghrébine d'information industrielle.* In : Documentaliste. Vol 15/3. 1978.

- **SUTTER.** E. - *Analyse de la valeur, information et documentation.*
In : Documentaliste. Vol 21/16. 1984. P178.

- **TARDY.** G. - *L'information scientifique et technique au Japon.*
In : Documentaliste. Vol 18/3. Mai-Juin. 1982. P10.

- **TCHUIGOUA.** J-F. - *Documentation and développement : expérience in Algeria .*
Unesco. Bull_ Lib. 26 (2) Mars-Apr. 1972. 72,73-74.

- **TEXIER.** Daniel. -*Marketing et bibliothèque.* In Bulltin de l'A.C.B.L.F, XVII. Vol 6 et 7. 1971- P 116.

- **Travaux de séminaire sur les réseaux dans les pays arabes tenu à Alger . 1990 sous l'égide du haut commissariat à la recherche scientifique et technique. Coordination des résultats de la recherche scientifique.**

- **TRARIEUX. Remy.** - *L'utilisateur final des banques de données.* Enquête et bibliographie. Institut national des techniques de la documentation - 1987

- **WASSERMAN. F.** - *L'enjeu des banques de données économiques de l'I.S.T.* In Documentaliste Vol 16/1 . P3. - 1980 -.

- **WEINBERG** ; "*Rapport du comité consultatif scientifique de la présidence des Etats-Unis*". Jan. 1963. In : Traduction Automatique. N°4. Dec .1963.

- **YAKOUK. Bachir.** - *User education and the Oran University of science and technology.* IATUL - Quarterly, 1(1) Mar 1987. P. 63/67.

- **YAROUDJ. L.** -*Le C.E.R.I.S.T., centre serveur en I.S.T.* In : Revue de l'information scientifique et technique. Vol 1. N°1. 1991.

GLOSSAIRE

GLOSSAIRE

BANQUES DE DONNEES ET BASES DE DONNEES ?

Il est vraiment difficile de distinguer nettement entre les deux.

BASES DES DONNEES:

"est apparu vers les années soixante employé pour la première fois (data base) dans le titre d'une conférence organisée à Santa-Monica (Etats-unis) en 1964 par système développement coporation : "development and management of a computer centered data base" - "(cfr A.chenaïfi - "les banques de données en France-p38" .

Puis on parla de Banques de données CHAUMIER (Jacques) dans "que sais je"? le définit comme suit :

BANQUES DE DONNEES:

"En ce qui concerne la finalité des banques de données, l'on peut dire que la mission essentielle consiste à recueillir et analyser la masse d'information disponible pour la mettre à la disposition des responsables et des décideurs pour aider à prendre leurs décisions (cfr-chenaïfi.op.cité)

"Les 2 concepts diffèrent, selon qu'ils sont perçus par les informaticiens ou par les utilisateurs .

-Pour les informaticiens une banque de données fournit des références bibliographiques, à la différence d'une base de données qui, elle, fournit des données factuelles.

-Pour les utilisateurs, inversement, une banque de données fournit des données factuelles et une base de données fournit des références bibliographiques".

A signaler qu' actuellement l'appellation banques de données tend à regrouper les deux.(pour plus de détail voir chenaïfi A.:les banques de données en France ch.2:la filière de l'information informatisée.p.37.et 85) .

TYPOLOGIE DES BANQUES DE DONNEES:

- banques de données bibliographiques (ou référentielles):

contient des références d'articles, de rapport etc...

- banques de données annuaire ou catalogue:

contiennent des notices ou des renseignements

EX : produits (descriptifs.fonctionnalités., adresses de personnes ..)

- banques de données textuelles:

proposent le texte complet de dépêche d'actualités, de lois, d'analyses financières

- banques de données factuelles :

met à la disposition de l'utilisateur une information directement utilisable (type formule mathématique, thermodynamique, chimique, etc...).

SYSTEME D'INFORMATION ?

"L'ensemble de moyens permettant de collecter, conserver, traiter et communiquer les informations utiles dans des conditions satisfaisants de délais, de lieu et de qualité" René Bute .

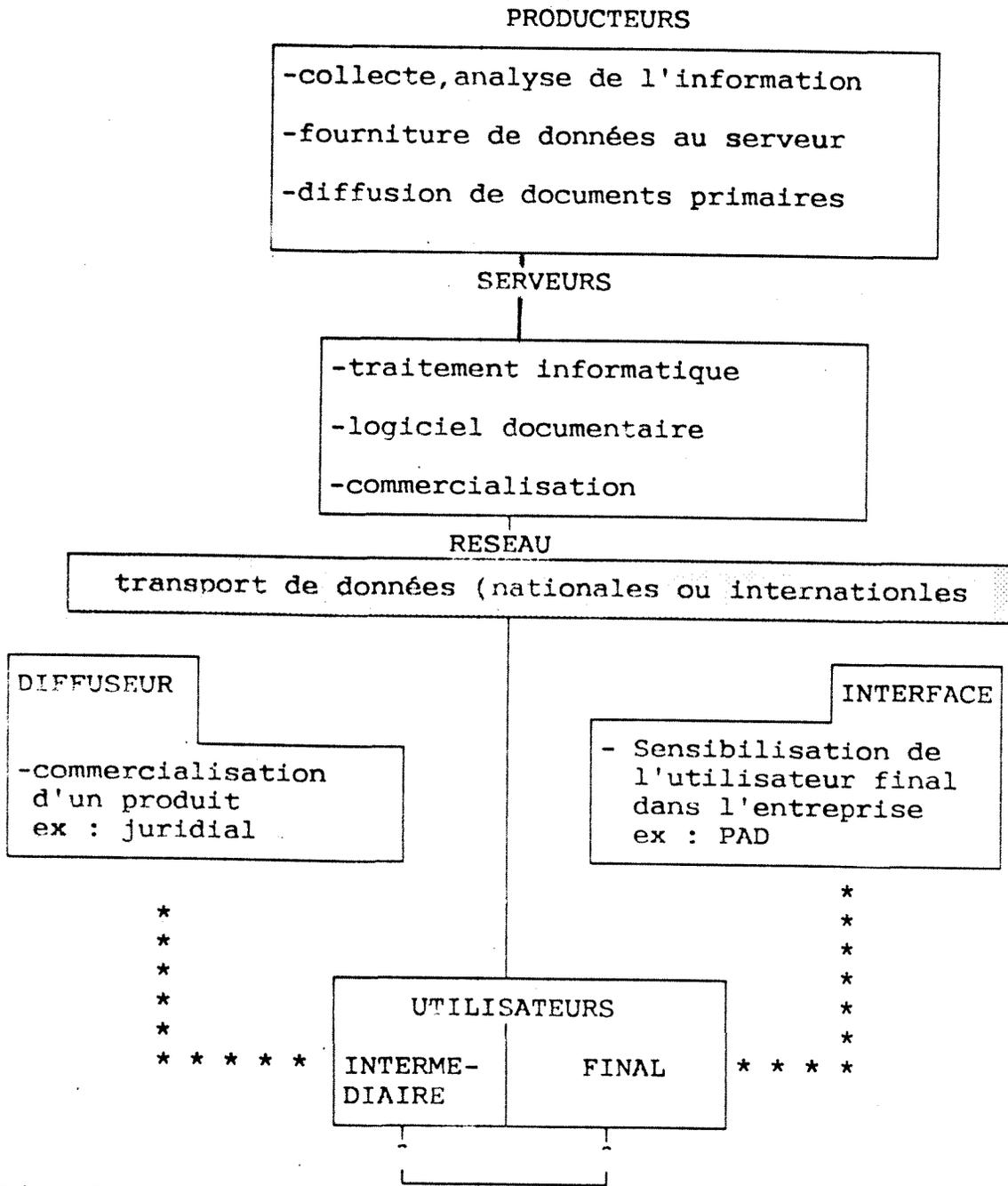
SYSTEME D'INFORMATION AUTOMATISEE ?

Ensemble structurés d'informations aux utilisateurs grâce à des moyens informatiques"...

"..Il satisfait une demande de renseignements soit en indiquant où la réponse peut être trouvée, soit en fournissant directement la réponse elle-même ".

"...Leur fonctionnement fait intervenir plusieurs acteurs dont les interactions sont difficiles à apprécier "

SCHEMA REPRESENTANT LE ROLE DES DIFFERENTS ACTEURS (*)



Légende :

- action de sensibilisation de l'utilisateur final
- Pas de rôle de ce type

- * * * - recours facultatif
- - déroulement obligé de la chaîne .

(*) tiré : " L'utilisateur final des banques de données.

1- Les producteurs de banques de données :

"Se situent tout à fait en amont de la filière, créateur du fichier, ils prendront en charge la collecte d'informations en provenance de divers horizons à partir de textes de lois, journaux, rapports de recherches, livres, etc..."

Ils trient ces documents pour en extraire l'information utile et éventuellement un résumé .Selectionnent ensuite les divers mots-clefs relatifs au sujet, qui permettront plus tard à l'utilisateur d'accéder à l'information désirée .

Les mots - clefs sont regroupés dans un index, soit alphabétique, soit agencé par thème qui se dénomme thésaurus."...

2- Les centres serveurs :

Jouent un rôle actif sur le marché .

Les producteurs ne pouvant pas assurer la diffusion de leurs fichiers et pour lesquels la diffusion de ces informations est une activité secondaire cèdent cette tâche à des sociétés(ou centres)ayant des moyens informatiques sans lesquels, la mise à disposition des banques de données serait impossible" .

Ce centre traite l'information pour la rendre interrogeable, et peut offrir en parallèle des services connexes .

- stages de formation, services conseil, -diffusion sélective de l'information sur des profils établis ou préalable,-gestion de fichiers privés, etc...

3- Les réseau de transmission et les modes connexion :

"Un réseau est un moyen de communication qui met en liaison deux ou plusieurs noeuds par le biais d'une infrastructure bien déterminée "

"Pour établir une communication avec les banques de données, il existe deux formes de procéder " .

- Une première solution consiste à appeler le serveur par le réseau téléphonique commuté .(la facturation est alors établie selon les critères habituels :temps passé et distance) .

- La deuxième solution, adoptée par la majorité des utilisateurs, consiste à utiliser le réseau de transmission de données .

4- Les centres de données :

(diffusion et traitement)

"Pour établir une communication avec les banques de données, il existe deux formes de procéder " .

- Une première solution consiste à appeler le serveur par le réseau téléphonique commuté .(la facturation est alors établie selon les critères habituels :temps passé et distance) .

- La deuxième solution, adoptée par la majorité des utilisateurs, consiste à utiliser le réseau de transmission de données .

4- Les structures relais :

(diffuseurs et interfaces):

"visent à favoriser la diffusion de nouveaux outils d'information spécialisée, leur utilisation passe avant tout par un contact humain entre celui qui en a la maîtrise et celui qui a un problème à résoudre(..)" .

"Elles permettent de servir l'utilisateur en lui fournissent une information puisée aux sources mondiales d'information et en le sensibilisant à l'importance du problème .

Elle permettent aussi de faire remonter un certain nombre de besoins mai perçus jusqu'alors(exp :Arist) .

5- Utilisateurs final et intermédiaire :

L'AFNOR donne une définition de l'utilisateur final en tant que"utilisateur recherchant l'information pour son propre usage (étudiant, ingénieur ..."Le terme "END-USER"est apparu dans le domaine informatique en 1961 dans les IBM'S vocabulary for data processing, telecommunication and office systems' .

Le terme est employé en matière de banques de données, pour qualifier la personne au bout de la chaîne, se définit surtout par opposition à l'utilisateur ^{intermédiaire} (professionnel qui fait la recherche pour une autre personne) .(pour plus de détail voir : "L'utilisateur final de banques de données":enquête et bibliographie" de REMY TA-RIEUX-1987-1988).

ANNEXES

POTENTIELS SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR

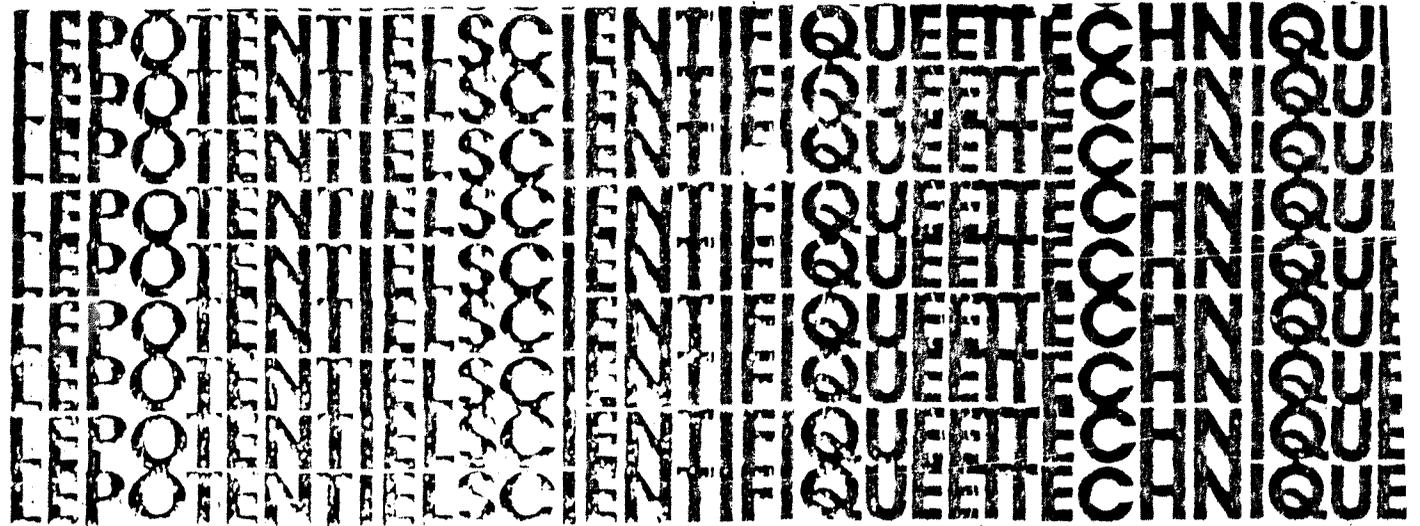
Université des Sciences et de la technologie Houari Boumediène.

- Unités de recherche en :
- mathématiques appliquées
 - algèbre et analyse
 - énergétique et mécanique des fluides
 - physique des rayonnements
 - composants
 - valorisation des ressources naturelles et développements des méthodes avancées
 - électronique
 - biologie fondamentale et appliquée
 - des zones arides
 - génie des procédés industriels
 - étude et applications des polymères et autres matériaux organiques
 - ressources biologiques terrestres
 - géologie
 - ressources hydrauliques-protection.

Université d'Oran :

- Unités de recherche en :
- physique du solide

- science de la terre
- anthropologie sociale et culturelle.
- **Université de Annaba :**
Unités de recherche en :
 - environnement et pollution
 - métallurgie matériaux et mines
 - travail santé et développement.
- **Université des sciences et techniques d'Oran :**
 - Sciences de l'Ingénieur.
- **Université de Constantine :**
Unités de recherche en :
 - physique des matériaux
 - valorisation des substances naturelles d'origine végétale et applications des méthodes de contrôle de qualité
 - construction et forme architecturale de l'habitat en Algérie.
- **Institut national agronomique :**
Unité de recherche en :
 - sciences agronomiques.
- **Institut national de formation en informatique :**
 - informatique
- **Unité de recherche en sciences médicales à Constantine**



- Sciences médicales

- Institut national d'enseignement supérieur en sciences médicales à Annaba :

Unité de recherche en :

- Mère - enfant

- Institut national d'enseignement supérieur en science médicales à Oran :

Unités de recherche en :

- Mère - enfant

- Epidémiologie

- Biologie, radiobiologie pharmacologie

- Institut national d'enseignement supérieur en sciences médicales à Alger :

Unités de recherche en :

- Epidémiologie

- Sciences fondamentales

- Médicament

- Stratégies diagnostiques et thérapeutiques

- Mère - enfant

- Institut national d'enseignement supérieur en chimie industrielle à Sétif :

Unité de recherche en

- Electronique

Unité de recherche

- Electronique industrielle et robotique

- Institut national d'enseignement supérieur en biologie à Tlemcen :

Unité de recherche en

- Biologie

- Institut national d'enseignement supérieur en mécanique à Batna :

Unité de recherche en

- Etudes et réalisation des systèmes pour l'utilisation de l'énergie solaire et le traitement des eaux.

- MINISTERE DE L'ENERGIE ET DE L'INDUSTRIE CHIMIQUE ET PETRO-CHIMIQUE (MEICP):

Unités de recherche en

- Méthodes de calcul et simulation-SONELGAZ

- Médicaments et techniques pharmaceutiques - SAIDAL Alger

- MINISTERE DE L'INDUSTRIE LOURDES (MILD):

Unité de recherche en :

- Sidérurgie-Entreprise nationale de sidérurgie-Annaba

- MINISTERE DU PLAN ET DE L'AMENAGEMENT

Bases de données disponibles au CERIST

Tableau n° 1

Nom de la base	Domaines couverts	Nbre. réf.	Mise à jour
INIS	Nucléaire et ses applications	900.000	Mensuelle
INSPEC	Physique, Génie électrique, Electronique, Informatique Mathématiques	600.000	Mensuelle
Computer specs *	Matériel informatique		Quadrimestrielle
AGRIS *	Recherche et développement dans le secteur d'alimentation et d'agriculture	490.000	Mensuelle
AGRICOLA *	Agriculture, Sociologie rural Economie agricole, Plantes médicinales, Chimie etc...	840.000	Quadrimestrielle
MEDLINE *	Médecine, Biologie, Biochimie, Bioingenerie, Pharmacologie	2.000.000	Mensuelle
DRUG INFO *	Médicament, dosage, ses sources, sa pharmacocinétique	150.000	
CANCER CD *	Cancérologie clinique et expérimentale, Sciences fondamentales, Pathologie	300.000	Quadrimestrielle
Bibliofile *	Pluridisciplinaire	3.000.000 Notices Bibliographiques (N.B)	
LISE *	Pluridisciplinaire	400.000 N.B	
ISDS	Publications mondiales en série (périodiques)	500.000	
LISA *	Sciences de l'information. Bibliothéconomie etc...	45.000	
LC MARK	Toutes les publications déposées à la Library of Congress aux USA		
UK MARK '	Toutes les publications déposées à la British Library (United Kingdom)	1.000.000	
Sociofile *	Sociologie		
Géoréf. *	Géologie, Mine, Pétrole, Paléontologie, Géologie structurale économique	1,5 Millions réf. sur l'Amérique du Nord depuis 1785 et les autres régions depuis 1933	accroissement 60.000/an.

* Disponibles sur CDROM.

BIBLIOTHEQUE DE L'ENSSIB



802381F