

CHAPITRE 5. DEFINITION DU COURTAGES EN INFORMATION

La littérature offre peu de définition du terme "courtage" en rapport avec la fourniture d'information. Quelques éléments centraux peuvent toutefois être dégagés des définitions que l'on trouve sur la notion de courtage en général, tels que :

- la notion de rémunération,
- l'aspect d'intermédiation.

Dans la littérature professionnelle, le courtage en information est principalement abordé d'un point de vue descriptif : les auteurs indiquent ce qu'est le courtage en information en tant qu'activité et la façon dont elle est réalisée. C'est l'aspect technique qui est souligné du fait de la consultation des banques de données. Nous pensons que ces définitions ont des limites et ne prennent pas en considération d'autres aspects du courtage en information tels que la notion de service et la collecte d'informations informelles.

1. Le concept de courtage

Le caractère incomplet des définitions du courtage en information nous a conduit à les compléter par d'autres traits caractéristiques. Pour ce faire, nous avons procédé de manière essentiellement pragmatique.

1.1. Les bases de réflexion

La délimitation précise des activités de courtage en information a constitué le point de départ de nos recherches. Les entretiens réalisés entre les mois de janvier et juillet 1995 auprès de prestataires présentés comme "courtiers en information" ont été à la base de cette étude, en permettant de poser les premières balises de l'activité de courtage en information. Bien que la majorité des personnes interrogées ait été peu explicite quant à la définition de ce qu'est cette activité, certaines d'entre elles nous ont néanmoins apporté des premiers éléments de réponse, par la mise en évidence d'un certain nombre de prestations qui s'avèrent être fournies par quasiment chaque prestataire, et ce, malgré la disparité des domaines d'activité d'origines. Pour le dirigeant d'une société privée, *"le courtage en information est un terme générique qui signifie recherche d'information. On me pose une*

question, et c'est à moi d'utiliser tout mon savoir-faire pour répondre le plus précisément à cette question. La réponse peut-être plus ou moins élaborée selon les besoins du client". Pour la gérante d'une autre société privée, le courtage en information constitue *"tous les services pouvant découler de l'interrogation des banques de données mais aussi de l'utilisation de différentes autres sources d'information, comme l'interview d'experts, la consultation d'annuaires etc., enfin, toutes les sources d'information"*. On est assurément ici dans le cadre de la définition américaine de l'ASIS² (1976) relative aux brokers. Aussi, les principaux services que nous avons identifiés chez les prestataires découlant de cette approche sont :

- l'interrogation de banques de données,
- le service questions-réponses,
- les dossiers, synthèses ou études documentaires (ad-hoc ou multiclients),
- la diffusion sélective de l'information (personnalisée ou standard),
- les prestations de veille, technologique, concurrentielle, commerciale, stratégique,
- les études de marché (ad-hoc ou multiclients).

Au sein des articles consacrés aux courtiers en information ou au sein desquels il en est question³, il a été possible de déterminer quelques prestations constamment associées à leur activité. Les auteurs ne nous ont cependant pas fourni une matière première abondante, dans le sens où ils évoquent essentiellement l'activité des courtiers de manière générale (à savoir la recherche d'information, la localisation des sources, etc.) sans préciser le nom exact des prestations fournies, et ce, à l'inverse de la littérature anglo-saxonne sur les brokers qui, comme nous l'avons vu, est très riche d'exemples concrets. Nous pouvons citer, à titre illustratif, les définitions suivantes du courtage en information.

- Le Bureau Marcel Van Dijk (1980, p 233) présente, en 1980, sa nouvelle activité, celle de courtier en information. Le service de courtage est défini comme suit : "le service de courtage (Questions Service) propose à l'utilisateur une connaissance étendue des systèmes interactifs et une recherche constante des nouvelles bases et banques interrogeables via les divers systèmes accessibles. Le choix optimal des serveurs et des bases à interroger et la stratégie de recherche la plus adéquate concernant la qualité du résultat ainsi que l'optimisation du coût, telles sont les caractéristiques du service proposé".

- Selon Thierry Ribault (1993, p 64), dont l'approche est très voisine de la précédente, "un service de courtage propose "traditionnellement" une connaissance des systèmes interactifs et une recherche constante des bases ou banques de données interrogeables. Il s'agit de réaliser le choix optimal des serveurs et des bases à interroger, et

² La définition est de Lois F. Lunin, comme nous l'avons déjà indiqué.

³ La littérature de référence est identique à celle utilisée lors de notre première partie.

de mettre en oeuvre la stratégie de recherche la plus adéquate tant au point de vue de la qualité du résultat que de l'optimisation du coût".

- Plus récemment, Daniel Confland (1996, p 40) définit le courtage comme "activité des intermédiaires qui réalisent pour le compte d'un client certaines prestations d'IS⁴, telles que la définition des sources, la recherche et la collecte, la validation et l'interprétation".

Ce sont principalement dans les articles émanant de membres de l'af2i et les mémoires d'étudiants réalisés sur le sujet et fondés sur des analyses de terrain que nous retrouvons le détail des prestations commercialisées dans le cadre de la recherche d'information. Les prestations évoquées, dans ce cas concernent :

- la recherche ponctuelle sur un thème,
- les dossiers ad-hoc, constitués à la demande du client,
- la réponse à des questions simples,
- la réponse à des questions complexes,
- les études documentaires,
- la fourniture de documents primaires,
- le service questions-réponses,
- les prestations de veille,
- l'interrogation de banques de données.

Par ailleurs, ce tronc commun de prestations figurait également dans les plaquettes commerciales et les documents de présentation de divers organismes nommés courtiers. Ils mettent au jour les grandes catégories d'activités fournies par les prestataires ciblés comme tels. Outre ces prestations, nous avons pu également identifier d'autres types de services d'information auxquels l'activité de courtage est généralement associée. Ainsi, à ses côtés, les prestataires peuvent proposer :

- une activité liée à des évaluations techniques et économiques (exemple : ARIST),
- une activité de conseil en installation de système de veille (exemple : Pégasos),
- une activité de transfert de technologie (exemple : Innovation 128),
- une activité d'édition (exemple : FLA Consultants),
- une activité d'intelligence économique (exemple : Marianne Gazeau Consultants),
- une activité de formation à l'interrogation de banques de données (exemple : CCIP)⁵.

Grâce à ces diverses démarches et à leur mise en parallèle (nous avons procédé en surlignant les prestations chacune des fois où il en était question) un noyau dur de cinq

⁴ C'est-à-dire d'information spécialisée.

⁵ Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

prestations de courtage en information a été isolé, ainsi qu'une liste de divers organismes les fournissant. Ce noyau dur que nous nommons "courtage en information" est par conséquent constitué de :

- l'interrogation de banques de données,
- le service questions-réponses,
- la réalisation de dossiers documentaires,
- l'élaboration de synthèses documentaires,
- la veille / diffusion sélective de l'information.

Les dénominations que nous utilisons pour chacune de ces prestations ont été choisies car ce sont celles qui sont revenues le plus fréquemment au travers de nos lectures et au cours de nos entretiens. Cela peut paraître un peu arbitraire dans le sens où tous les offreurs et tous les auteurs n'utilisent pas forcément le même vocabulaire, mais il fallait faire un choix, et, le nôtre s'est porté sur les termes les plus explicites. On reviendra ultérieurement sur ce que recouvrent précisément ces prestations.

A partir de cette base concrète, nous avons cherché quels étaient les prestataires susceptibles de fournir ces prestations sans se focaliser sur la dénomination. La consultation d'Internet et de la littérature en fonction des prestations documentaires délimitées, a permis de mettre en lumière une palette d'organismes pratiquant le courtage en information regroupant ainsi un ensemble hétérogène d'acteurs.

- Des centres de documentation de grandes sociétés de conseil (Mac Kinsey, Bossard, etc.),
- Des services d'information de grands groupes de presse (Expansion, Bayard presse, etc.),
- Des prestataires privés, spécialisés en veille, en intelligence économique, en information professionnelle (Marianne Gazeau Consultants, Axel Dyèvre Conseil, Histén Riller, Pégasos, FLA Consultants, Virtualis, etc.),
- Des centres de documentation appartenant à des organismes de recherche (INSERM⁶, INRA⁷ etc.),
- Des grands centres de documentation de type INIST⁸, CEDOCAR⁹,
- Des centres de documentation d'établissements supérieurs, d'écoles (Ecole Supérieure du Bois, etc.)
- Des organismes parapublics spécialisés (ARIST¹⁰, BRIST¹¹...),

⁶ Institut National de la Santé et de la Recherche Médicale.

⁷ Institut National de la Recherche Agronomique.

⁸ Institut de l'Information Scientifique et Technique.

⁹ Centre de Documentation de l'Armement.

¹⁰ Agence Régionale d'Information Scientifique et Technique.

¹¹ Bureau Régional d'Information Scientifique et Technique.

- Des bibliothèques universitaires (BUTC¹², etc.), spécialisées et publiques (Bibliothèque Publique d'Information, etc.)
- Des associations professionnelles (CRIDON¹³, CEDIA¹⁴...)
- Des centres de documentation spécialisés,
- Des Centres Techniques Industriels (Centre Technique du Cuir Chaussure Maroquinerie, Institut Français du Pétrole, Centre Technique du Papier, etc.),
- Des organismes publics et parapublics divers (Chambres de Commerce et d'Industrie, Euro Info Centres, Centre Français du Commerce Extérieur, etc.).

1.2. Définition du courtage en information

Hormis les éléments apportés par la littérature et par le terrain qui nous ont permis de construire le noyau dur de prestations de courtage en information, certaines caractéristiques plus générales des échanges marchands s'appliquent à cette activité, dont les notions de rémunération et de médiation. Nous avons ainsi élaboré notre approche du courtage en information, en y apportant des éléments de définition supplémentaires. En effet, les approches du courtage en information sont construites essentiellement autour de deux aspects (et l'on rejoint ici les points abordés lors des tentatives de définition de la notion de courtier en information).

- L'utilisation des banques de données,
- La fourniture d'information brute.

Si l'on s'en tenait à ces caractéristiques, faire du courtage en information impliquerait de rechercher l'information -ou les informations- dont a besoin un client/usager uniquement par la consultation des banques de données. L'information serait alors transmise au client avec une valeur ajoutée minimale, liée à traitement minime de l'information (présentation et/ou sélection des informations, par exemple), et non à son analyse et à son interprétation. Notre définition du courtage est, a contrario, plus large. En effet, si les critères de fourniture d'information brute à partir de banques de données restent prégnants, l'évolution notable des prestations, des outils et des mentalités doivent nécessairement être pris en compte.

¹² Bibliothèque de l'Université de Technologie de Compiègne.

¹³ Centre de documentation des notaires.

¹⁴ Centre de Documentation et d'Informatique des Avocats.

L'activité de courtage en information est donc un concept global et générique intégrant différents aspects.

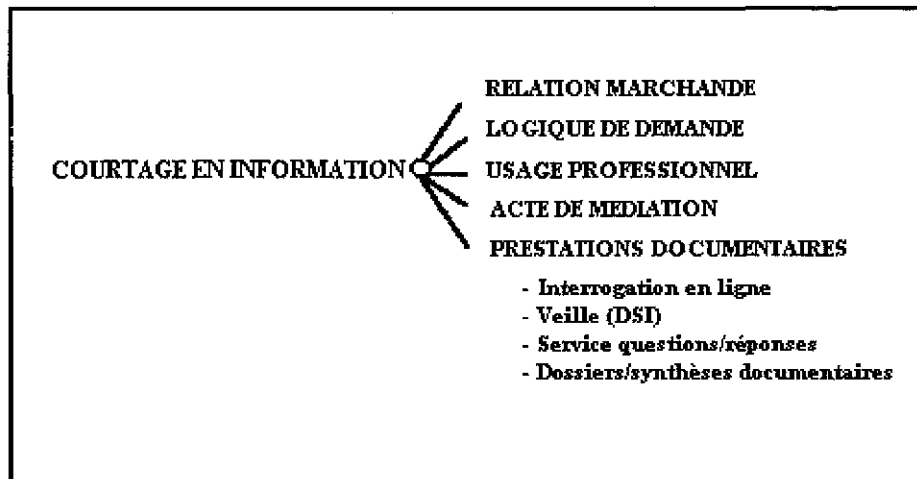
COURTAGE	APPROCHE RESTRICTIVE	EVOLUTION
OUTILS, SOURCES D'INFORMATION	BANQUES DE DONNEES	TOUTES LES SOURCES (PUBLIEES et INFORMELLES)
DEGRE D'ELABORATION DE L'INFORMATION	FAIBLE	ELEVE
NOTIONS SOUS-JACENTES	NOTION DE TRANSFERT D'INFORMATION	NOTION DE SERVICE D'INFORMATION

Ainsi, toutes les sources d'information sont prises en considération, ainsi que les différents niveaux d'élaboration de l'information (nous y reviendrons ultérieurement). On constate également que le courtage en information sous-entend deux notions centrales qui peuvent être complémentaires, l'une n'excluant pas l'autre. La notion de transfert d'information met l'accent sur les modalités de diffusion de l'information : l'information existe, il faut la retrouver et la transmettre au client/usager. On se situe, ici, dans le cadre d'analyse de l'intermédiaire en information prévalant dans les années soixante-dix et quatre-vingt, au cours desquelles il est perçu, en quelque sorte, comme un "conduit passif par lequel passe l'information" et fait référence au schéma linéaire de distribution de l'information (producteurs-serveurs-intermédiaires-utilisateurs finals). La notion de service d'information met, quant à elle, l'accent sur le rôle actif du client/usager dans le processus de production du service (coproduction, feed-back, interaction et itération) et sur la volonté du prestataire de proposer un service adapté au besoin spécifique du client/usager. C'est en ce sens que l'activité de courtage en information est une activité de service.

A partir de ces différents éléments, nous avons construit notre définition du courtage en information. Nous entendons ce terme comme la vente d'information professionnelle (ou spécialisée) à la demande, par une personne ou un organisme qui agit comme médiateur entre des sources d'information (banques de données ou autres) et des clients ou usagers. Le courtage en information recouvre la fourniture d'une ou de plusieurs prestations en recherche d'information suivantes : la veille, le service questions-réponses, la constitution de dossiers documentaires, l'élaboration de synthèses documentaires ainsi que l'interrogation de banques de données, vendues en tant que telles par des prestataires externes (qu'ils soient publics, parapublics, associatifs ou privés) mais aussi par un service interne, lorsque ces prestations sont facturées.

La notion de courtage en information est proche de ce que François Jakobiak (1988, p 43) nomme "l'infoservice", c'est-à-dire un service d'information "personnalisé, réalisé sur mesure à la demande d'un client particulier, ou éventuellement d'un nombre très limité de clients".

Le concept de courtage recouvre ainsi cinq conditions différentes, que l'on détaillera dans les pages qui suivent.



Précisons que pour qu'il y ait courtage en information, ces cinq caractéristiques doivent être nécessairement associées. L'offre gratuite de prestations n'est pas du courtage, tout comme la vente de produits d'information pré-constitués.

1.3. Distinguer l'activité de courtage au sein des organismes

D'après la définition et les caractéristiques proposées du courtage en information, nous pouvons distinguer cette activité par rapport à d'autres. On peut déterminer, grossièrement, quatre grandes fonctions ou activités au sein des services d'information¹⁵.

Les services d'information gratuits

Il peut par exemple s'agir de la consultation du fonds documentaire dont dispose l'organisme, parfois du prêt de certains documents. Ce type de service n'est généralement pas proposé par les prestataires privés, et il peut être également payant.

¹⁵ Bien que tous les cas de figure puissent être envisageables.

□ Les produits d'information

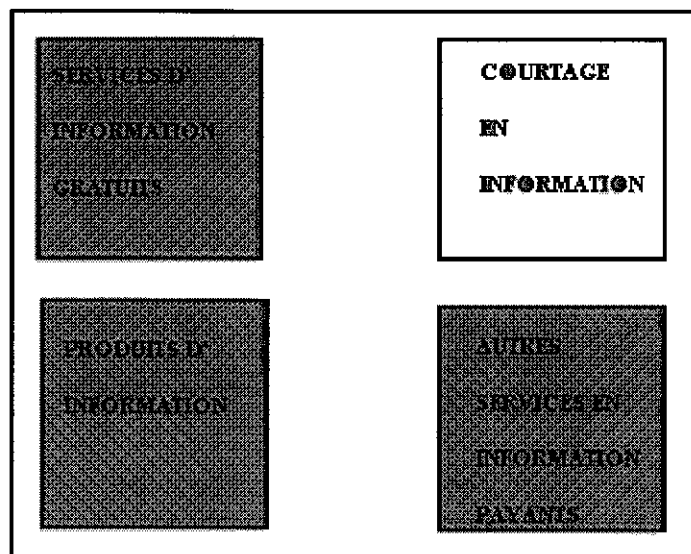
Cette catégorie regroupe tous les produits -qu'ils soient gratuits ou non- réalisés par le spécialiste de l'information à l'égard de ses clients et usagers. Ce sont des produits pré-constitués de type revues de presse, bibliographies, dossiers documentaires standards, revues de sommaires et DSI standards.

□ Le courtage en information

Ce sont les services d'information de type interrogation de banques de données, service questions-réponses, dossiers et synthèses documentaires et veille. Toutes ces prestations sont payantes et réalisées uniquement à la demande.

□ Les autres services d'information payants

Dans cette catégorie figurent notamment les services de traduction, de photocopies ou encore le conseil et la formation à l'utilisation d'outils informatiques, l'édition, la création de banques de données et l'intelligence économique.



2. Les caractéristiques du courtage en information

Nous allons clarifier les cinq logiques mises au jour dans la définition de cette activité.

2.1. Le courtage en information est une activité de service répondant à une logique de demande

Certains travaux réalisés dans le domaine du management et du marketing des services, apportent des éléments quant à l'analyse de la prestation de service en tant que processus. Les concepts de "servuction" et de "coproduction" du service permettent d'éclairer la notion de courtage.

La servuction

Le concept de "servuction", qui représente une approche d'ensemble du système de production d'un service, a été développé et affiné par Eiglier et Langeard (1987). Ces auteurs définissent la servuction comme "l'organisation systématique et cohérente de tous les éléments physiques et humains de l'interface client-entreprise nécessaire à la réalisation d'une prestation de service dont les caractéristiques commerciales et les niveaux de qualité ont été déterminés" (Eiglier, Langeard, 1987, p 15). Quatre éléments principaux constituent le système de servuction.

- Le client (condition essentielle de l'existence du service),
- Le support physique (support matériel pour la production du service),
- Le personnel en contact (il peut ne pas exister),
- Le service (objectif du système et son résultat).

Ce système est constitué par une double logique : le "front-office" (sous-système dans lequel la production du service est réalisée par les prestataires en contact avec le client) et le "back-office" (sous-système où sont réalisées les opérations en l'absence du client).

La coproduction du service

La coproduction entre le prestataire de service et le client constitue un élément de première importance, sans laquelle le service ne peut exister. Un service répond à une logique de la demande, et "entrer dans une démarche de service, c'est en quelque sorte ouvrir une zone d'initiative à l'utilisateur en le dotant de moyens d'intervention sur les modalités mêmes de la recherche" (Mayère, 1994-1, p 108). Dans le cas du courtage en information, certes nous avons affaire à un service d'information, mais qui plus est, à un service personnalisé, sur-mesure (ad-hoc). Dans le cas de la constitution d'un dossier documentaire standard payant, par exemple, c'est-à-dire réalisé à l'initiative d'un spécialiste de l'information (sans que cela émane d'une demande particulière), la conception du produit d'information se réalise antérieurement à l'échange : ce n'est donc pas une prestation de courtage en information. Il

aurait fallu, pour ce faire, que le dossier soit réalisé à la demande d'un client ou un usager et être une réponse spécifique à son besoin.

La prise en considération des dossiers multiclients dans l'activité de courtage s'avère davantage problématique. Ils peuvent constituer une activité de courtage en information dans la mesure où ils s'adressent à un nombre limité de clients (d'une même entreprise ou d'un même secteur d'activité), et sont conçus et adaptés à leur demande spécifique : dans ce cas, il y a coproduction. Plus qu'une prestation multiclients, il s'agit d'un dossier ou d'une veille "partagés". Cependant, un dossier ou une veille sectorielle pré-constitués, c'est-à-dire dont le processus de réalisation du produit n'a pas pris en considération les attentes d'une clientèle spécifique (et par conséquent sans coproduction) ne seront pas considérés comme faisant partie de l'activité de courtage en information. Ces produits sont réalisés à l'image d'un produit industriel et l'utilisateur n'a aucun rôle à jouer dans leur élaboration.

Anne Mayère (1990, p 147-152) distingue, à cet égard, trois types de relations d'échange ayant pour objet l'information : dans les deux premiers cas, la production d'information s'inscrit dans le cadre d'une relation de service, et dans le troisième, la production d'information relève de la logique de la marchandise. "Ces trois types nous semblent pouvoir servir de base à l'analyse de toutes productions d'information destinées à être l'objet principal d'un échange marchand. Mais il est clair que ces configurations n'épuisent pas l'ensemble de la production d'information". Il s'agit de :

- l'information marchandise. Ce sont des produits pré-constitués, en fonction desquels le client n'a aucun rôle actif dans leur conception (les banques de données, les études de marché pré-constituées etc.).

- l'information-service. Dans ce cas, le client a un rôle à jouer en initiant le processus de production du service et en y apportant des éléments spécifiques. En fonction de la nature du processus de production, l'auteur distingue deux catégories d'information-service. La première, où une certaine répétitivité dans la recherche et dans la production de l'information ont fait que des méthodes ont été progressivement élaborées et stabilisées. Ce sont des "méthodes standardisées" ou des "méthodes professionnalisées", qui suffisent généralement en elles-mêmes, sans nécessité de conception ad hoc mais seulement d'adaptation compte-tenu de la faible variabilité des problèmes posés et de l'expérience accumulée.

Pour la deuxième catégorie, "le problème posé est nouveau ou se présente sous une configuration très spécifique, faisant intervenir une combinaison de variables et de logiques non réductibles à un schéma unique, et il n'existe pas de méthodes pré définies susceptibles de couvrir l'ensemble du problème (...) Il existe généralement des méthodes partielles, des schémas de démarche, mais ils doivent être repensés dans le cadre de ce problème

spécifique, combinés, complétés, de telle sorte que la méthode d'ensemble progressivement élaborée est chaque fois particulière".

Nous allons à présent constater que la distinction entre produits et services d'information ne va pas de soi.

□ Le courtage en information, entre produits et services d'information.

La distinction entre services et produits d'information n'est pas toujours facile à faire. On retiendra, pour les distinguer, la typologie de Jacques Chaumier (1993), qui associe les premiers à une démarche émanant de l'utilisateur et les seconds, réalisés à l'initiative du documentaliste. Parmi les produits réalisés par le spécialiste de l'information figurent notamment les bibliographies, les DSI standards, les flashes et les revues de presse, etc. Parmi les services résultant d'une demande particulière, il peut s'agir de DSI personnalisées, de recherches documentaires, de dossiers d'information, de documents de synthèse, de points sur la question, du service questions-réponses, d'un service de traduction, de veille informative, ou encore de conseil.

Eric Sutter (1994-1, p 137) différencie également les produits et les services d'information. Les premiers recouvrent des prestations telles que le bulletin d'information documentaire (sur papier), l'annuaire professionnel (sur microfiche), le répertoire de sources (sur disquettes), le dossier de presse (sur GED¹⁶), les banques de données numériques accessibles en ligne, le service télématique par Minitel, le catalogue sur Cd Rom. Parmi les services d'information, il classe le renseignement par téléphone, la veille thématique, l'étude documentaire sur mesure, la fourniture rapide de documents originaux, la traduction à la demande, la consultation et le prêt de documents.

On peut constater que les prestations de courtage en information que nous avons délimitées, concernent uniquement les services d'information, où le client/usager a un rôle actif à jouer, ne serait-ce qu'en initiant le processus de création du service, son rôle pouvant être plus ou moins important selon les prestations. C'est pourquoi, seront exclus de notre cadre d'analyse les services de renseignements économiques et financiers (de type SCRL, OR-Télématique, etc.) qui proposent des services d'extractions de données à partir d'un produit (banques de données) existant au préalable de la relation client-prestataire. En effet, ils se situent dans le cadre d'une "pure" logique de produits préformatés, la seule composante de service consistant en une mise à disposition automatisée" (Mayère, 1994-2, p 28).

¹⁶ Gestion Electronique de Documents.

2.2. Le courtage est un échange marchand d'information

Nous nous plaçons dans une optique marchande : le courtage en information implique un acte de vente. La caractéristique fondamentale du courtage est l'instauration d'une relation marchande (l'offre des prestations de courtage en information, une seule, deux, trois... voire les cinq) entre un offreur et un demandeur de service. La prestation de service s'effectue par conséquent contre une rémunération, un paiement. Les services marchands représentent ainsi la sphère qui nous intéresse, par rapport aux échanges de type non marchand, ce qui exclut de notre analyse les services proposés gratuitement.

La vente de prestations documentaires, et par conséquent la fixation des prix, sous-entend l'élaboration et la mise en oeuvre d'une politique tarifaire. Cette dernière, cependant, est loin d'être semblable d'un organisme à un autre, dans le sens où la tarification est fonction des logiques économiques, des missions et objectifs, des spécificités de chacun. En effet, il existe des buts très différents sous-jacents à l'établissement d'une politique tarifaire.

- La sensibilisation au coût de l'information : certains organismes publics et parapublics s'y attachent tout comme certains centres de documentation internes faisant payer leurs prestations aux utilisateurs internes,
- La nécessité de l'autofinancement du service d'information,
- L'objectif commercial prioritaire : les prestataires de service d'information indépendants vivant essentiellement de la vente d'information.

La multiplicité des cas concernant la tarification est un phénomène important ayant d'importantes implications sur le marché des services d'information dans l'instauration de fourchettes de prix très variables pour une même prestation. On ne s'attachera cependant pas à analyser les modalités de fixation des prix qui sortent du cadre de notre problématique. Ce qui nous intéresse de prime abord c'est qu'il y ait relation marchande entre le prestataire et un client/usager, quels qu'en soient les fondements.

2.3. Le courtage en information professionnelle

La cadre de notre analyse étant le marché de l'information professionnelle, le courtage en information, tel que nous l'avons défini, s'y conforme. Le courtage consiste en la vente d'information professionnelle ou spécialisée, que Daniel Confland (1996) définit justement

comme étant "une information faite par des professionnels pour des professionnels"¹⁷. Il s'agit également de l'information "destinée à l'homme au travail" (Mayer, 1990), pour les distinguer des informations générales destinées au grand public et des informations à finalité pédagogique. L'information professionnelle est une notion globale qui recouvre en fait toutes les strates d'information auparavant définies de manière limitée et réductrice : l'information scientifique et technique, l'information économique et commerciale, l'information sociale, l'information juridique. Il s'agira, en d'autres termes, de l'information utile à l'exercice d'un métier ou d'une profession (Sutter, 1994-1).

2.4. Le courtage est une médiation

Faire du courtage en information implique que le prestataire agisse comme un médiateur entre des sources d'information diverses et le demandeur d'information. La revue de la littérature sur la notion de courtier en information avait souligné ce rôle de médiateur, mettant en évidence son positionnement spécifique au sein de l'industrie de l'information électronique (intermédiaire versus utilisateur final). Le courtage en information n'échappe pas à ce positionnement, et "médiation" renvoie également à la médiation qui peut-être technique (selon laquelle la notion de courtier fait quasi-exclusivement référence¹⁸) mais aussi humaine (le prestataire), et intellectuelle (que l'on peut associer à la notion d'expertise).

2.5. Les prestations de courtage en information

. Cinq prestations vendues en tant que telles

Nous avons, jusqu'ici, tenté de bien mettre en relief les prestations de courtage en information en les associant à une double logique, à la fois marchande et de service. Ces prestations doivent, par ailleurs; être vendues en tant que telles. En effet, certains services intellectuels proposent quelques-unes des prestations de courtage englobées dans des services plus étendus. Une étude de marché ou de la consultance en stratégie, par exemple, nécessitent des dossiers d'information préalables, la réponse à des questions précises. Cela pourrait être du courtage, mais la prestation qui est vendue ne s'appelle pas comme tel. Ce

¹⁷ Dans le cadre de notre approche, l'information professionnelle fera aussi référence à l'information que recherchent les étudiants dans le cadre de leurs études.

¹⁸ Dans le sens d'interrogateurs de banques de données, et non dans le sens d'une médiation homme-machine.

qui est vendu ce n'est pas un dossier documentaire, mais une étude de marché¹⁹. Anne Mayère (1993) a souligné le fait que de nombreux services intellectuels ne mettent en avant, vis-à-vis de leurs clients, toute la méthodologie de recherche d'information essentielle à leur activité (elle en constitue même le cœur), posant des problèmes de "voisinage adéquat" entre les services d'information et les services de conseil. Nous allons à présent nous tourner vers les définitions que propose la littérature de ces prestations afin d'en percevoir la teneur.

2.5.1. L'interrogation de banques de données

Le service consiste en la fourniture d'un résultat généralement quantitatif, un listage de références. Parfois, cette prestation est complétée par la fourniture des documents se rapportant à ces recherches.

2.5.2. Le service questions-réponses

Dans la majorité des cas, il s'agit d'une réponse à une question simple "une question, une réponse". La réponse est fournie généralement par téléphone. Ce service peut prendre différentes formes.

- Il peut s'agir de renseignements de type localisation de document, de description des services proposés par le service d'information ou de documentation. Dans ce cas, la réponse à ce type de questions est immédiate et nécessite une recherche minimale. Ce service est généralement gratuit, ce qui l'exclut de notre champ d'analyse, toutes prestations de courtage étant payantes.

- Il peut également être question d'une recherche approfondie ou encore de proposition d'orientation vers des services ou des spécialistes, exigeant la réalisation de fichiers de sources et de ressources.

Présenté aussi comme "service de renseignement à la demande" (Sutter, 1994-1, p 143), le service questions-réponses "peut être fourni par le personnel d'accueil (réponses simples à des questions répétitives), mais peut être également rendu par des experts (assistance-conseil aux entreprises). Entre les deux, plusieurs niveaux de prestations existent".

¹⁹ Dans cette transaction, les prestataires commercialisant une activité de courtage peuvent fournir les informations nécessaires à la réalisation de l'étude.

2.5.3. Les dossiers et les synthèses documentaires ou d'information

Les prestations identifiées sous ces appellations se rencontrent également sous d'autres termes. Il peut s'agir notamment d'étude documentaire, de synthèse informationnelle, de point sur la question ou d'état de l'art.

Les dossiers d'information sont définis comme "le résultat d'une recherche présenté avec des éléments très disparates, tant sur le plan du contenu que de la forme, provenant, souvent au départ des dossiers documentaires auxquels s'ajoutent d'autres informations collectées de diverses sources : banques de données, réseaux, spécialistes du domaine et du savoir-faire" (Afcosid, 1987).

La synthèse documentaire, quant à elle, "se situe plutôt dans l'axe de la recherche Scientifique et Technique, et pour être efficace, elle demande la collaboration de spécialistes du domaine et surtout leur apport critique. Elle s'effectue à partir des dernières données bibliographiques sur un sujet, complétées par des données factuelles ou numériques et par l'exploitation de celles-ci au travers de systèmes experts. La note qui en résulte peut s'appeler point de la question" (Afcosid, 1987).

Le document établi en 1996 par Scip-France, l'Adbs et le Synapi (1996) propose une autre définition de l'état de l'art (ou encore "étude documentaire", "synthèse", "le point sur...") : "prestation documentaire réalisée ponctuellement, à un moment donné (sur demande explicite ou par anticipation), généralement non périodique (bien que pouvant être actualisée sur demande), consistant à organiser selon un "fil conducteur" les résumés, les extraits de documents ou les propos d'expert collectés sur un sujet donné".

2.5.4. La veille et la diffusion sélective de l'information (DSI)

Parmi l'abondante littérature sur le thème de la veille, nous avons choisi de présenter, un peu longuement, la définition élaborée récemment par l'Adbs, Scip-France et le Synapi (1996, p 5-7) -dans un but de normalisation-, car elle souligne précisément tous les aspects que recouvre cette prestation. La prestation de veille est définie comme un "processus continu et dynamique faisant l'objet d'une mise à disposition personnalisée et périodique de données ou d'information/renseignement, traités selon une finalité propre au destinataire, faisant appel à une expertise en rapport avec le sujet ou la nature de l'information collectée". Cette Commission a également précisé avec justesse, neuf caractéristiques essentielles d'une prestation de veille.

- La cible /clientèle : la prestation de veille "satisfait une logique de demande". Elle doit donc être "sur mesure", "personnalisée", "individualisée" soit pour une entreprise, soit pour "un groupe de projet au sein d'une entreprise, à propos d'un projet déterminé". Il peut également s'agir, mais "plus rarement", d'une prestation de veille multiclients, c'est-à-dire pour "un ensemble d'entreprises ayant des intérêts communs".

- La couverture temporelle : périodicité en fonction du client et de l'importance de l'information.

- Le critère de seuil : "l'importance de l'événement identifié ou des signes perçus en terme de menace ou d'opportunité pour l'entreprise entraîne le déclenchement anticipé de la fourniture (par rapport à une périodicité standard)",

- Le critère de sélection des informations : "les informations sont sélectionnées en fonction de leur criticité (incidences directes ou indirectes sur le devenir de l'entreprise ou de son produit), de leur impact prospectif, de leur nature anticipatrice ou émergente ("ce qui bouge").

- La valeur ajoutée : "la sélection ou/et le traitement impliquent un apport intellectuel important ou une expertise sur le sujet, voire une compréhension intime de l'exploitation qui sera faite de l'information".

Ce document distingue trois niveaux de traitement pour les prestations de veille, chacun correspondant à une valeur ajoutée différente, avec une présentation adaptée, en fonction des besoins du client.

. "Prestation de niveau 1 : l'information fournie est "brute" ; la valeur ajoutée du prestataire réside dans le dispositif de collecte et de sélection des informations (ces informations pouvant provenir de bases de données, d'extraits de presse, de brevets, de projets de norme, de renseignements auprès d'experts...).

. Prestation de niveau 2 : l'information fournie est "traitée" au cours et à l'issue de la collecte ou de la sélection ; la valeur ajoutée du prestataire réside dans l'analyse et la synthèse des informations transmises.

. Prestation de niveau 3 : l'information fournie est "commentée" en sus du traitement ; la valeur ajoutée réside dans l'apport d'une "prise de position" et d'une qualification de l'information (en matière d'exhaustivité ou de fiabilité)".

- La présentation : "les informations sont organisées. En fonction du niveau de valeur ajoutée de la prestation, elles peuvent être hiérarchisées, commentées, éventuellement schématisées ou cartographiées, avec, le cas échéant, divers scénarios basés sur des pondérations différentes".

- La finalité : "la prestation permet à une direction d'entreprise ou à un groupe de projet une aide à la connaissance, à la compréhension ou à la décision".

- Le critère de performance ou d'interactivité : "la prestation est par nature évolutive, réactive aux événements, réajustable; elle fait l'objet d'un processus cyclique impliquant une interactivité entre les résultats fournis et l'évolution de la stratégie (une information fournie peut entraîner une recherche complémentaire)".

- Le critère de fiabilité : "l'information est qualifiée selon des critères fixés contractuellement (fiabilisation, validation, recoupement en vue de limiter les risques de désinformation, d'information critique ou essentielle non détectée...) et peut impliquer la responsabilité du fournisseur de la prestation".

La veille, définie ainsi, se différencie de la diffusion sélective de l'information que de nombreux prestataires présentent souvent comme une activité de veille. La DSI consiste à faire parvenir régulièrement de façon sélective des références ou des extraits d'articles sélectionnés selon un "profil d'intérêt". Elle peut constituer un service de veille (pratiqué par de nombreux centres de documentation), même si les spécialistes de la veille peuvent proposer des prestations plus élaborées en incorporant des analyses bibliométriques, commentaires, etc." (Drolet, Paradis, 1983). La DSI peut prendre deux formes : il peut s'agir d'un produit standard ou multiclients, mais aussi d'une prestation personnalisée. Dans ce dernier cas, "elle consiste à fournir à l'utilisateur, de manière régulière, l'information sur les nouveaux documents entrés dans le système documentaire et répondant à son besoin personnel d'information. Il s'agit là de l'enregistrement d'une question permanente appelée "profil documentaire" ou "profil d'intérêt." Ce profil peut-être établi pour un utilisateur (on parlera alors de profil personnalisé) ou pour un ensemble d'utilisateur (on parlera de profil standard)" (Chaumier, 1993, p 85).

Les prestations de "veille" et celles d'"intelligence économique" peuvent être également distinguées. Pour cette dernière, nous retiendrons la définition proposée dans le Rapport Henri Martre (Martre, 1994, p 16), à savoir "ensemble des actions coordonnées, de recherche, de traitement et de distribution en vue de son exploitation, et l'information utile aux acteurs économiques. Ces diverses actions sont menées légalement avec toutes les garanties de protection nécessaires à la préservation du patrimoine de l'entreprise, dans les meilleures conditions de qualité, de délais et de coût". L'entreprise est impliquée de manière globale et il ne s'agit pas d'une prestation ponctuelle, limitée dans le temps. C'est à l'inverse une démarche, un processus enclenché sur du long terme. L'intelligence économique fait partie de l'activité de courtage dans le sens où certaines des prestations commercialisées par ces prestataires se nomment "synthèses documentaires", "veille stratégique" ou "état de l'art". Par contre, les offreurs fournissant des prestations de type "gestion concurrentielle", "accès au marché", "préparation de fusion, acquisition" ou encore "étude des circuits d'information", ne vendent pas, stricto sensu, une activité de courtage, sortant par la même de notre cadre d'analyse. De même, les prestations de conseil en information, qui consistent à la mise en place de systèmes de veille au sein des entreprises, ne sont pas prises en compte dans l'activité de courtage en information.

En reprenant l'éventail des définitions proposées, nous avons observé que chaque prestation peut prendre des formes extrêmement différentes, en recouvrant en fait des niveaux d'élaboration et de traitement de l'information distincts. Ces différents niveaux de plus-value informationnelle construisent un cadre théorique à l'activité de courtage en information. Un tableau synoptique souligne la disparité qui existe pour une même prestation.

PRESTATIONS	DEGRE D'ELABORATION DE L'INFORMATION FAIBLE	DEGRE D'ELABORATION DE L'INFORMATION ELEVE
Service questions-réponses	<ul style="list-style-type: none"> - Recherche de dates, adresses, références d'auteurs ou d'articles, etc. - Questions simples et répétitives (Information connaissance) 	<ul style="list-style-type: none"> - Questions plus spécifiques (études de marché, assistance conseil, etc.) - Information pour la prise de décision
Dossiers documentaires Etudes documentaires	<ul style="list-style-type: none"> - Dossiers thématiques ou coupures de presse. - Produits d'information (multiclients) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dossiers réalisés à la demande (ad hoc), sur mesure, personnalisés - Services d'information
Veille	<ul style="list-style-type: none"> - DSI (Diffusion Sélective de l'Information) - Recherches sur profil (standards ou personnalisées) - Limité à ce qui est publié 	<ul style="list-style-type: none"> - Prestations plus élaborées (analyses bibliométriques, commentaires sur les signaux à prendre en considération, etc.) - Installation de systèmes de veille - Valorisation de l'information informelle
Interrogation de banques de données	<ul style="list-style-type: none"> -RDI (Recherche Documentaire Informatisée) - Information brute (listing ...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Valeur ajoutée sur la présentation, travail de tri et de sélection des références.

Après avoir construit notre cadre pour analyser l'activité de courtage, il convient d'établir un parallèle avec l'activité de courtage aux Etats-Unis. Nous n'avons pas poussé l'analyse aussi loin que pour le courtage en France, dans le sens où nous nous sommes essentiellement basés sur les matériaux empiriques résultant de nos entretiens menés auprès de brokers.

3. L'activité de courtage en information aux Etats-Unis

Les Etats-Unis sont riches de renseignements sur le courtage à propos duquel nous avons vu qu'ils en étaient les précurseurs et dont l'essor n'est plus à démontrer. C'est pourquoi, avant d'aborder l'étude empirique du courtage en France, nous nous devons de faire un état des lieux de cette activité aux Etats-Unis, afin de voir si le noyau dur de prestations que nous avons déterminé est identique ou non.

Afin de préciser la nature des prestations de courtage, nous avons interrogé les prestataires sur les services qui, à leur avis, caractérisent, le mieux l'activité d'un broker, sur la base d'une liste de 15 prestations relevées au sein de la littérature anglo-saxonne et qui étaient le plus souvent mises en avant.

1. Réalisation de bibliographies (bibliographies),
2. Recherche en ligne (online research),
3. Recherche "manuelle" (manual research),
4. Recherche par le biais d'Internet (Internet research),
5. Fourniture de documents (document delivery),
6. Diffusion sélective de l'information (current awareness ou alerting service),
7. Enseignement/séminaires/formation (education/seminars/training),
8. Résumé (abstracting),
9. Catalogage (cataloguing),
10. Indexation (indexing),
11. Ecriture/édition (writing/editing),
12. Publication (publishing),
13. Conception de banques de données (database design),
14. Conseil (consulting),
15. Etude, analyse de marché (market analysis).

Quelques extraits de réponses révèlent la diversité des discours.

- Pour certains brokers, ils fournissent tous ces services et d'autres encore ("*all and more*"),
- Pour d'autres, ils fournissent essentiellement les prestations numérotées de 2 à 6 sur la liste ci-dessus, (les autres étant "*fournies par des spécialistes de l'information et non par les brokers*"²⁰),

²⁰ "*The rest are information specialists, but not brokers*".

- Pour d'autres encore, il s'agit principalement de la recherche en ligne (online research).

En fin de compte, le discours qui prédomine consiste en ces propos :

- *"tous et aucun ; cela dépend des brokers"*²¹,
- *"tous peuvent en faire partie, cela dépend ?"*²²,
- *"tous devraient faire partie de "l'armement" dont se sert le broker, qu'il le fasse lui-même ou non"*²³.

Aussi, il nous a été impossible, du fait de notre échantillonnage réduit, de parvenir à délimiter et à cerner le coeur de l'activité de courtage en information aux Etats-Unis : il s'avère aussi varié que peuvent l'être les brokers et leurs clients. Nous pouvons tout de même apporter de grandes tendances quant à la répartition des prestations inventoriées préalablement en fonction des réponses des 12 brokers rencontrés. Sur l'ensemble des prestataires, nous avons pu faire les constats suivants.

- Quatre prestations constituent un dénominateur commun car elles sont fournies par les 12 brokers. Il s'agit de la recherche en ligne, de la recherche d'information par le biais d'Internet, de l'écriture et l'édition, et enfin, du conseil en information.
- Trois autres services viennent en deuxième position, proposés par les trois-quarts des brokers : la réalisation de bibliographies, les recherches "manuelles" ainsi que la diffusion sélective de l'information.
- Ensuite, proposés par un prestataire sur deux, figurent la fourniture de documents primaires, l'enseignement (séminaire et formation), puis les études de marchés.

Il convient de signaler que la liste de prestations a été perçue comme arbitraire dans le sens où les brokers n'ont pas réellement retrouvé l'essence de leur travail. En effet, les offreurs mettent en avant la recherche d'information de manière générale, sous le terme "gathering information", c'est-à-dire rassembler, réunir ou encore recueillir l'information, mais aussi "information retrieval", à savoir la recherche documentaire. Ensuite, il est vrai qu'ils ont recours à différentes sources pour obtenir l'information que nous avons détaillé en "recherche en ligne", "recherche par le biais d'Internet", etc., or il s'agit pour eux d'une prestation plus générique de recherche d'information, qui ne précise pas les moyens et procédés qu'ils mettent en oeuvre.

²¹ *"Any/all ; It depends on broker"*.

²² *"All can be included. It depends on what one does well"*.

²³ *"All should be part of the armamentarium a broker uses, whether or not she does it herself"*.

CONCLUSION DU CHAPITRE

Nous venons de voir que l'activité de courtage (information brokering) recouvre des aspects différents que ceux que nous avons énoncés pour le terrain français. Si aux Etats-Unis d'autres organismes que les brokers fournissent cette activité, nous n'avons toutefois pas eu la possibilité de les cerner précisément. En effet, tout comme en France, la délimitation de cette activité n'est pas aisée, dans le sens où, loin d'être spécifique et de constituer un tout, elle est englobée dans de nombreuses autres activités et pratiques, la documentation et le conseil notamment. Par ailleurs, comme l'ont souligné les brokers, les distinctions entre professionnels doivent s'effectuer quasiment au cas par cas dans le sens où l'activité de chaque broker est différente de celles des autres.

Jusqu'ici, nous avons abordé l'activité de courtage en France d'un point de vue théorique. Il nous faut à présent adopter une approche plus pragmatique afin de vérifier sur le terrain la pertinence de notre analyse.