

GESTION DES ABONNEMENTS

Comment réduire son budget ?

Marie-Paule DECLERCQ
Responsable du Business Information
Services à la Générale de Banque,
Administrateur ABD

RESUME

La gestion des abonnements est souvent un casse-tête pour les Centres de documentation et les Bibliothèques. Cet article explique, comment, à la Générale de Banque, le service BIS a résolu son problème, quelles solutions ont été choisies et quels gains ont pu être réalisés.

SAMENVATTING

Het beheer van de abonnementen is dikwijls een hoofdbreker voor de Documentatiecentra en de Bibliotheken. Dit artikel legt uit hoe, bij de Generale Bank, de dienst BIS zijn probleem opgelost heeft, welke oplossingen werden gekozen en welke winsten werden gerealiseerd.

ABSTRACT

The management of subscriptions is often a puzzle for the Documentation centres and the Libraries. This article explains, how, at the General Bank, the BIS service has resolved this problem, which solutions were chosen and which gains were realized.

Introduction

La gestion des abonnements au sein des Bibliothèques et des Centres de Documentation a toujours été un casse-

tête que chaque institution tente de résoudre du mieux qu'elle peut.

Le Business Information Services (BIS) de la Générale de Banque, qui a cette gestion dans ses attributions, a trouvé une solution à son problème. Dans la suite de cet article, nous allons vous expliquer comment nous fonctionnons, quelles solutions nous avons choisies et quels gains nous avons pu réaliser.

Business Information Services (BIS)

BIS occupe une vingtaine de personnes et a deux grandes fonctions : le traitement et la diffusion de l'information, assurée par la section des *Infobrokers* et la gestion des achats de TOUTE l'information externe à la Générale de Banque (y compris les abonnements) assurée par la *Centrale d'Achats*.

Les Infobrokers

Les Infobrokers (ex-documentalistes) détectent l'information économique-financière (informations sectorielles sur la Belgique et l'Europe, informations sur les sociétés belges et internationales, problèmes financiers et bancaires) nécessaire à la Générale de Banque, dans les journaux et revues spécialisés, la stockent dans une banque de données interne et la rediffusent soit de façon systématique (Infoprofiles) soit à la demande (Infospots).

BIS traite environ 30.000 demandes par an, émanant de clients internes et externes en ce compris les étudiants.

La Centrale d'Achats

Ses missions.

La Centrale d'Achats a pour principales missions de :

- ◇ **rationaliser** : la centralisation des achats a permis d'éliminer les doubles emplois, la centralisation des budgets de contrôler la demande et de supprimer les sources peu ou jamais utilisées.
- ◇ **informer** : nous informons nos clients internes sur les nouvelles banques de données accessibles via les outils disponibles dans la banque, nous rédigeons des notes d'instruction et assurons une formation.
- ◇ **analyser** : nous suivons et analysons constamment le marché pour détecter de nouvelles banques de données, de nouveaux CD-ROM, des produits identiques à meilleur prix, des produits de qualité supérieure, l'objectif constant de la Centrale étant de trouver le meilleur produit au meilleur prix; nous analysons également les besoins de nos clients et recherchons sur le marché le produit qui correspond le mieux au besoin de chacun.
- ◇ **aider** : nous aidons les utilisateurs à résoudre les problèmes éventuels lors d'interrogations.
- ◇ **négocier** : nous négocions les contrats avec les fournisseurs; la centralisation de ces contrats nous a mis dans une position de force vis-à-vis de nos fournisseurs et nous a fait obtenir des discounts substantiels sur les volumes.
- ◇ **contrôler** : nous contrôlons la consommation des utilisateurs, ces derniers ne peuvent acheter n'importe quoi chez n'importe qui, ils doivent passer par la Centrale pour tout achat

et c'est la Centrale qui en fonction de leurs besoins analyse le marché et leur propose l'utilisation d'un fichier existant ou achète le fichier sur le marché. Pour les produits très spécialisés, nous travaillons en étroite collaboration avec l'utilisateur qui connaît mieux son marché que nous.

Cette stratégie, que nous menons depuis 1992, a porté ses fruits et c'est en plusieurs dizaines de millions que la Banque a pu compter ses gains.

Quels types d'information ?

Nous achetons l'information sous des formats différents : online, liaison host/host, réseaux, CD-ROMs, disquette, papier.

Nous gérons l'information :

- ◇ **Real Time** pour notre Salle des Marchés (Reuters, Télérate, Bloomberg, ...),
- ◇ **Titres** pour notre Centre National Titres et tous nos gestionnaires (Extel, Bourse Data Beurs, ...),
- ◇ **Sociétés** pour le Marketing, les Crédits, notre réseau (Dun & Bradstreet, EuroDB, ORBelgium, ...),
- ◇ **Abonnements**, c'est-à-dire les journaux, revues, livres, pour toute la banque.

La gestion des abonnements

BIS gère actuellement tous les abonnements aux journaux et autres publications ainsi que les achats de livres pour toute la Générale de Banque.

Cela représente un budget assez important si l'on sait, par exemple, que nous souscrivons plus de 1000 abonnements auprès de chacun des deux journaux financiers belges, l'Echo et le Financieel Economische Tijd.

La centralisation s'est faite très progressivement.

En 1990, BIS reprend la gestion des abonnements pour la zone de Bruxelles (la banque est divisée en 6 zones géographiques) et les Entités centrales (= les administratifs).

En 1993, BIS centralise ses achats principalement chez Partner Press (ex-AMP) pour les journaux et Standaard Boekhandel pour les livres et revues. Nous conservons aussi quelques fournisseurs fort spécialisés. L'objectif de cette politique est triple :

- ◇ en diminuant le nombre de fournisseurs qui se comptaient en centaines, nous avons réduit notre fichier et donc nos encodages;
- ◇ en leur confiant la gestion de nos fichiers, nous réduisons notre charge de travail et nous nous concentrons sur la valeur ajoutée;
- ◇ en globalisant les achats, nous avons pu négocier des réductions beaucoup plus importantes grâce aux volumes.

Enfin, en 1994, BIS centralise tous les abonnements aux journaux et revues et tous les achats de livres pour TOUTE la banque (c'est-à-dire au niveau national). Cette centralisation nous a permis de mieux contrôler les achats (formulaire de commande obligatoirement contresigné par la hiérarchie), de supprimer les doubles emplois et de réduire les travaux de gestion dans les différentes zones de la Banque. Il faut toutefois savoir que cette centralisation ne s'est pas faite simplement ni facile-

ment : chaque zone avait, comme dans toutes les grandes institutions, sa propre façon de gérer les abonnements et nous avons dû imposer une autre méthode de travail, bien souvent beaucoup plus rigoureuse, ce qui n'a pas manqué de provoquer quelques vagues ou quelques retards. Tout en imposant le passage obligé par BIS, nous sommes cependant restés souples, ne prenant de mesure de "rétorsion" qu'en cas de mauvaise volonté évidente. C'est ce qui a permis une centralisation relativement rapide et bien acceptée.

Les gains de cette stratégie sont donc évidents :

- ◇ gains en charge de travail (l'effectif récupéré peut se consacrer à la qualité et la valeur ajoutée),
- ◇ gains financiers (réduction du budget de 40% environ),
- ◇ travail professionnel (nous recevons des reportings très complets qui nous permettent de refacturer nos clients avec beaucoup de précision).

En 1995, nous avons porté nos efforts sur l'analyse fine des abonnements aux revues en examinant les possibilités de partage des abonnements (circuits de lectures) par plusieurs départements. Les gains que nous prévoyons pour 1996 grâce à cette démarche sont déjà prometteurs ...

Nous restons à votre disposition pour tout renseignement complémentaire ou pour une visite éventuelle de notre Service.

Eveneens in het Nederlands beschikbaar -
Also available in English.