
LA PLACE DE L'INFORMATION DANS L'ECONOMIE

LA QUESTION DE LA VALEUR AU CENTRE DES ENJEUX

Daniel CONFLAND

Directeur du développement du Groupe Jouve, France

Docteur en sciences de l'information et de la communication

Littéralement, in-former c'est former et transformer les représentations du réel d'un récepteur. Ce processus implique activement le bénéficiaire, au triple niveau de l'interprétation, de l'adaptation et donc de l'action. Ceci aide à comprendre pourquoi on proclame que l'information n'existe pas en soi, que ses effets ne valent que par la capacité du récepteur à l'utiliser de façon efficace.

Face à des situations de plus en plus fluctuantes et aux signaux complexes et volatils que nous adresse l'environnement, le rôle premier de l'information est de réduire le niveau d'incertitude. L'information aide en effet à réduire le champ des réponses possibles à une seule réponse cohérente, afin, par exemple, de :

- lever un doute,
- confirmer ou infirmer une hypothèse
- révéler un fait nouveau inconnu ou difficile à comprendre

Bref, parce que nos actes " informés " sont pris, comme l'on dit, " en meilleure connaissance de cause ", l'information favorise la décision et l'action. On comprend dès lors l'importance croissante qui lui est attribuée aujourd'hui dans la sphère socio-économique et l'économie en général. Mais pour parvenir à sa pleine efficacité et justifier le potentiel de " valeur " qu'on attend d'elle, l'information se heurte à diverses difficultés qui expliquent qu'on a longtemps méconnu ce rôle.

D'abord, la matière est aujourd'hui surabondante; on évoque d'ailleurs souvent, à ce propos, le terme anglo-saxon d' *overflow*. Rien d'étonnant à cela puisque le stock des informations cognitives, le produit de la pensée des hommes, le résultat des échanges oraux ou médiatisés multiples et multiformes ont littéralement explosé en raison de l'essor énorme des capacités techniques de

communication entre les individus et les collectivités. Ensuite, l'information comme instrument au service de la décision et de l'action est elle-même rétive à l'analyse économique, ce qui met en question sa crédibilité. Considérée longtemps par les spécialistes comme un simple outil de fixation des prix entre vendeurs et acheteurs, avare en statistiques délimitant son champ d'intervention en tant que secteur d'activité, aisément dupliquée et piratée au détriment de ceux qui prétendent en faire un " business ", mêlant les informations " fugaces " issues de l'oralité avec les données médiatisées sur un support, l'information souffre encore par certains côtés des attributs qui la rangent dans la catégorie peu enviable des " non-biens " économiques.

Plus prosaïquement, et compliquant les choses, l'information s'échange mais le cédant cède seulement la valeur d'utilisation; si elle n'est en outre pas détériorée par l'usage, on sait que l'information consommée n'a de valeur utile qu'en fonction de l'utilisation qui en est faite: en somme le couple valeur d'échange/valeur marchande potentielles diffère du couple valeur d'usage/valeur utile ! De surcroît, l'information appartient au domaine de l'immatériel, secteur vaste de l'économie qui est aujourd'hui d'importance égale à celui des biens dits physiques. Mais l'information s'y illustre par la fugacité et la fongibilité de ses usages, qui se diluent dans des cycles de production différés dans le temps par rapport à son recours, ce qui contribue à en occulter, ou sous-estimer, les effets positifs.

De fait, personne ne peut dire qu'en obtenant une quantité *maximale* d'information on en tire nécessairement un usage *optimal*, ni réfuter *a contrario* l'idée qu'une information unique mais " utile ", correctement utilisée, au bon moment et par la bonne personne peut s'avérer stratégique et absolument décisive de par les conséquences qu'elle induit.

Partant, et on en revient là à l'essentiel, l'importance de la **valeur** comme mode " d'étalonnage " rationnel et le plus concret possible des bénéfices de l'information dans l'économie est au centre des enjeux. Plusieurs facteurs sont à considérer.

Le premier concerne le niveau de professionnalisation des services d'information, tant dans les entreprises prestataires du secteur que dans les unités spécialisées au sein des organisations utilisatrices elles-mêmes. Les tendances à l'œuvre convergent vers :

- **plus** de normalisation (interopérabilité, intégration, certification)
- **plus** de qualité dans les processus de production
- **plus** de pertinence et de convivialité (" user-friendliness ") dans l'information : filtrage, accès " intelligents ", information élaborée et adaptée aux besoins
- **plus** de sécurité dans les accès (contrôles d'accès, cryptologie, traçabilité/droits)
- **plus** de consumérisme : de l'approche produit à l'approche client (avant-vente et après-vente, qualité)

De tout ceci, une conclusion s'impose qui doit guider les actes des professionnels du secteur de l'information comme ceux des donneurs d'ouvrages : la valeur d'usage de l'information constitue désormais la mesure de sa valeur d'échange, marchande ou non, et cette valeur d'usage dépend au premier chef d'un élément-clé qui est la **valeur ajoutée** conférée à l'information.

La prise en compte de ce deuxième facteur lié à la valeur implique d'assurer aux données informationnelles comme aux supports qui leur sont associés un haut niveau de qualité, ce qui doit en termes de contenus se traduire par l'excellence de l'exhaustivité, de la pertinence, de la fiabilité et la fraîcheur de l'information (mises à jour).

Ce " travail " sur l'information débouche aussi sur plusieurs niveaux de plus-values possibles :

- documentaire : concerne les meilleurs conditionnements possibles de l'information : outils de recherche plus performants dans les corpus, accès plus conviviaux pour l'utilisation des non-experts

- segmentation : les informations sont triées de façon pertinente par secteur d'activité
- personnalisation : les informations sont adaptées au profil de l'utilisateur (" sur mesure ")
- transversalité : des informations de nature et de provenance différentes sont croisées pour " profiler " au mieux la réponse au besoin.

Pour les entreprises, qui sont pour la plupart d'entre elles sous l'emprise des effets fluctuants et imprévisibles de la mondialisation, le concept de la valeur rapporté à leurs attentes vis-à-vis de l'information est tout aussi prégnant. Les usages de l'information s'y illustrent en effet à travers 2 composantes principales :

- **l'intelligence économique** et la veille stratégique : il s'agit de l'utilisation de l'information et des NTIC comme arme concurrentielle au service des objectifs stratégiques et de la performance économique ; il s'agit en particulier d'améliorer :
 - la vision stratégique et la capacité d'anticipation
 - la flexibilité
 - la détection des menaces comme des opportunités
 - le potentiel de RetD et l'innovation
- **le " knowledge management "**, dont l'objectif est d'organiser la gestion, la préservation et le renouvellement des connaissances et du savoir-faire accumulés dans l'entreprise et des ressources humaines y contribuant.

C'est au premier point que sont consacrées les lignes qui suivent, même si IE et KM entretiennent des liens étroits, notamment en matière de réseaux partagés et " collaboratifs ".

S'agissant de l'intelligence économique, c'est le management qui est en premier concerné par la valeur de l'information, et dont dépendent la légitimité et les conditions de mise en œuvre des usages et structures informationnels. Certes, l'arrivée de l'information est perturbante y compris pour l'encadrement. Mais si elle engendre des interrogations et suscite des remises en cause d'habitudes et de prés carrés, celles-ci sont souvent salutaires.

Plusieurs facteurs sont à même de favoriser une bonne insertion dans l'organisation :

- l'adhésion résolue et affichée de la Direction générale
- la primauté du capital humain et du management participatif dans le management stratégique comme dans la gestion au jour le jour
- des schémas de pensée et d'action corrélatifs impliquant l'idée de "réseau" et de "partage"
- la mise en œuvre d'un effort informationnel permanent et planifié

Pour bien exploiter l'information, il faut inscrire la démarche dans un processus s'appuyant sur un minimum de structures et de procédures de gestion :

- professionnels de l'information, membres de réseaux ayant bénéficié d'une formation de base pour la collecte et la diffusion
- professionnels de l'information pour le traitement et l'exploitation,
- experts des domaines concernés pour la validation et la synthèse

Le succès dépend parallèlement d'un ensemble de conditions. Il s'agit en particulier de se doter en matière d'intelligence économique d'un plan de veille, définissant la stratégie et fixant les objectifs, ce qui implique :

- de définir précisément l'organisation en réseau
- d'identifier les experts pour analyser l'information
- de sélectionner les professionnels responsables de la collecte, des traitements techniques et de la diffusion
- d'établir des liens, des échanges avec d'autres partenaires
- d'estimer les volumes et les besoins prioritaires
- de modéliser les procédures pour mobiliser et diffuser à la fois l'information formelle et informelle
- de se soucier des questions de confidentialité et de sécurité
- de mettre en place des procédures permettant d'analyser les différences entre objectifs et réalisation

- d'identifier les coûts : coûts initiaux, besoins récurrents.

La méthode d'analyse de la valeur est couramment employée pour tenter d'apprécier le meilleur ratio coût-bénéfice retiré d'un service d'information. A cet effet, on constitue un "arbre fonctionnel" qui détaille les fonctions et sous-fonctions, en s'efforçant pour chaque formulation de répondre aux questions "pourquoi?" et "comment?". Ainsi, à la fonction "procurer de l'information et des documents aux clients et adhérents, il sera possible selon les cas de répondre :

- diffuser une lettre hebdomadaire
- consulter sur place
- consulter à distance
- disposer d'un "help desk"
- fournir des copies de documents

et d'analyser le rapport des besoins véritables avec les ressources requises pour assurer le service et le détail des coûts pour chacune des prestations considérées. Un déplacement des coûts internes peut être nécessaire s'il aboutit à un meilleur service pour une fonction prioritaire. Une productivité accrue peut améliorer tel partie du service à coût constant, en recourant à une technologie ou un produit plus efficace, etc.

Enfin, un autre facteur de succès lié à la valeur comme facteur éminemment favorisant ne doit pas être perdu de vue. Il touche à ce qu'on appelle la *réingénierie*. Deux niveaux doivent être pris en compte concomitamment si l'on veut faire évoluer les processus et les moyens informationnels au rythme du changement :

- les structures d'information (organisation, analyse des besoins, analyse de la valeur comme méthode de changement, études d'impact) et les produits (qualité, infos et accès intelligents et personnalisés ...)
- L'organisation elle-même (management participatif accru, meilleure intégration de l'information et des NTIC dans une démarche stratégique et de pérennité, meilleure organisation en réseaux ...)

* * *