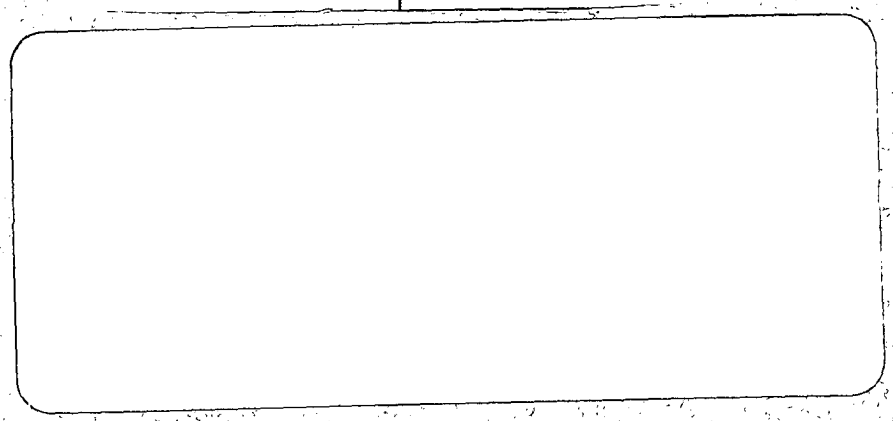
Industrie Canada Industry Canada

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA GESTION DES CONTENUS INFORMATIFS

Canada

HD9999 .I493 D4 1995 QUEEN
Canada's business informati
on industry = L'industrie c
anadienne de la gestion des

DATE DUE - DATE DE RETOUR



INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
65570

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA GESTION

DES CONTENUS INFORMATIFS

Mars 1995
Direction générale des conseils en gestion

L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA GESTION

DES CONTENUS INFORMATIFS

POUR LA

DIRECTION DES RELATIONS D'AFFAIRES ET DE LA PLANIFICATION

DE LA

DIRECTION GÉNÉRALE DE L'INFORMATION STRATÉGIQUE

D'INDUSTRIE CANADA

HERVÉ DÉRY
DIRECTION GÉNÉRALE DES CONSEILS EN GESTION
MARS 1995

TABLE DES MATIERES

1.0 L'INTRODUCTION, LA MÉTHODOLOGIE ET L'ORGANISATION DU RAPPORT . . 1

1.1 L'INTRODUCTION 1
1.2 LE TRAVAIL EFFECTUÉ ET LA MÉTHODOLOGIE 2
1.3 L'ORGANISATION DU RAPPORT 2

2.0 L'INDUSTRIE DE LA GESTION DES CONTENUS INFORMATIFS 3

2.1 DÉFINITION DE L'INDUSTRIE DE LA GESTION DES CONTENUS INFORMATIFS 3
2.2 L'INDUSTRIE DE LA GESTION DES CONTENUES INFORMATIFS EN CHIFFRES 4

3.0 LA NATURE ÉCONOMIQUE DE LA GESTION DE L'INFORMATION ET LES QUESTIONS D'INTÉRÊT 13

3.1 LA NATURE ÉCONOMIQUE DU PRODUIT D'INFORMATION ET LES POLITIQUES D'ÉTABLISSEMENT DES PRIX 13
3.2 LE RÔLE DE LA TECHNOLOGIE 16
3.3 LE PROBLÈME DU DROIT D'AUTEUR 17
3.4 LE RÔLE DES GOUVERNEMENTS 18
3.5 L'IMPORTANCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES D'INFORMATION 20
3.6 L'ÉVALUATION DES BESOINS ET DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 21

4.0 LA CONCLUSION 23

Annexe 1 : Les études de cas 26

CAS n° 1 LES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS ET DOCUMENTATION ET LES SERVICES D'INFORMATION INDUSTRIELLE DU QUÉBEC 26
CAS n° 2 CDROM-SOCIÉTÉ NATIONALE D'INFORMATION 31
CAS n° 3 LES SERVICES DOCUMENTAIRES MULTIMÉDIA INC (SDM) . . 35
CAS n° 4 La DUN & BRADSTREET CORPORATION 38
CAS n° 5 MICROMEDIA LIMITED 44
CAS n° 6 SOUTHAM ELECTRONIC PUBLISHING - INFOMART 46

Annexe 2 : Guide d'entrevue - Études de cas 48

1.0 L'INTRODUCTION, LA MÉTHODOLOGIE ET L'ORGANISATION DU RAPPORT

1.1 L'INTRODUCTION

Dans un monde de plus en plus compétitif, les entreprises canadiennes se doivent d'avoir accès à un système d'informations stratégiques de qualité afin de faire face à la concurrence internationale. Plusieurs études, dont celles effectuées récemment par *Le Groupe de Recherche MESA*[1] et par DRI/McGraw Hill[2], ont documenté le lien entre la compétitivité des entreprises et les télécommunications. Tel que mentionné par Kevin Lynch, « la communication de renseignements stratégiques - diffusion de technologie, débouchés commerciaux, données commerciales, tendances des marchés ou cadres sectoriels - est l'une des contributions les plus importantes et les plus durables que peuvent faire les gouvernements »[3]. Le domaine de la gestion de l'information a connu un essor considérable au cours des dernières années dans les pays industrialisés. Les nombreuses innovations technologiques des dernières années dans le domaine de la gestion des technologies de l'information ont repoussé les frontières du possible de façon importante. C'est dans ce contexte que Industrie Canada a décidé de mettre sur pied la Direction générale de l'information stratégique qui a un rôle de catalyseur du développement des ressources en information du Ministère.

La présente étude a pour objectif de brosser un tableau de l'ensemble de l'industrie de l'information et, en particulier, de l'« industrie de l'information aux entreprises » par la présentation d'un modèle ou d'un portrait de cette industrie ainsi que d'un rapport faisant ressortir la taille, la croissance et les enjeux de l'industrie en mettant l'accent sur le segment de l'industrie de l'« information aux entreprises ». Ce rapport et ce modèle devraient aider la Direction générale de l'information stratégique à mettre au point un outil de diagnostic et de surveillance fiable permettant : a) d'aborder le rôle, le mandat et le créneau du Service d'information stratégique pour les entreprises dans l'industrie de l'information aux entreprises et b) d'aider l'industrie de l'information à se positionner sur le marché national et international et à accroître sa rentabilité. Le rapport est présenté du point de vue des principaux clients du Ministère : les entreprises canadiennes de divers secteurs qui ont besoin d'information stratégique pour être efficaces et se développer. Par extension, il porte sur le contenu plutôt que sur la prestation de l'information. Sans contenu, l'industrie de l'information n'existerait pas.

On assiste de plus en plus dans cette industrie à la création d'« entreprises de gestion des contenus informatifs », en d'autres termes, d'entreprises qui obtiennent ou achètent de l'information sous diverses formes (disques compacts, publications, bases de données, etc.) et qui la revendent avec une valeur ajoutée. La valeur ajoutée peut résulter du fait que l'information a été regroupée à partir

de diverses sources, personnalisée pour répondre à des besoins précis ou même mise sous une autre forme, comme une base de données, pour en assurer la diffusion.

1.2 LE TRAVAIL EFFECTUÉ ET LA MÉTHODOLOGIE

Dans le cadre du présent travail, nous avons tenté de mieux cerner l'industrie canadienne de la gestion des contenus informatifs. Nous allons donc dans un premier temps présenter le fruit de notre réflexion portant sur une manière de cerner les principales composantes de cette industrie. Dans un second temps, nous allons présenter les principaux paramètres qui nous permettront de chiffrer l'industrie canadienne pour finalement, dans un troisième temps, discuter des principaux enjeux auxquels fait face l'industrie. Les résultats d'une série d'études de cas des entreprises qui nous semblent caractéristiques des différents aspects de l'industrie sont annexés.

Pour en arriver à ces résultats, nous avons utilisé quatre principales méthodes :

1) Une revue de la littérature sélective sur le sujet ainsi qu'une revue des documents produits par la Direction générale de l'information stratégique.

2) Une revue de la documentation fournie par les entreprises qui font l'objet des études de cas.

3) Des entrevues avec des experts de l'industrie.

4) Des entrevues avec des représentants des entreprises étudiées. Un exemplaire du guide d'entrevue utilisé est fourni à l'annexe 1.

1.3 L'ORGANISATION DU RAPPORT

Le présent rapport est divisé en quatre sections. Cette première section introduit l'objet de l'étude, présente la démarche méthodologique et précise l'organisation du rapport. La section suivante aborde spécifiquement la question de l'industrie de la gestion des contenus informatifs. On y définit brièvement l'industrie et nous présentons les principales données à son sujet. Dans la troisième section du rapport, nous explicitons le fonctionnement de l'industrie au Canada et abordons quelques enjeux importants auxquels elle fait face avant de conclure. En annexe, nous présentons plus en détails les résultats des études de cas que nous avons effectuées. Nous ne revenons pas spécifiquement sur les différents points de vue exprimés par les dirigeants des entreprises visitées afin de préserver la confidentialité de leurs propos.

2.0 L'INDUSTRIE DE LA GESTION DES CONTENUS INFORMATIFS

2.1 DÉFINITION DE L'INDUSTRIE DE L'INFORMATION AUX ENTREPRISES

Sous sa forme la plus pure, l'édition électronique n'a pas d'équivalent imprimé. De nouveaux CD-ROM apparaissent qui n'ont pas d'équivalent imprimé non plus. Il est possible d'obtenir électroniquement certains fichiers de l'État qui n'ont jamais été disponibles sous forme de publications. Les produits sur CD-ROM, comme les encyclopédies multimédia, ont un contenu semblable, mais ils peuvent diverger considérablement de leurs contreparties imprimées. D'autres genres d'information sont publiés sous forme imprimée et électronique, même s'il y a parfois un décalage important entre le moment de parution des deux médias.

Il y a différentes sortes d'organisations qui ajoutent de la valeur à divers stades du cycle de vie de l'information : création/génération, collecte, stockage, extraction, réorganisation, utilisation, diffusion et communication, archivage (y compris la préservation et la conservation) et destruction.

Dans la littérature, nous retrouvons un certains nombre d'approches différentes pour définir l'industrie. Ainsi, l'approche américaine est la plus globale puisqu'elle inclut également toutes les technologies de l'information et de communication ainsi que la radiodiffusion. Suite aux entrevues que nous avons menées, il nous apparaît clairement que les gens ont le plus souvent en tête une industrie qui se subdivise selon les deux types d'activités effectuées auxquelles se greffe une troisième activité intermédiaire. Ces catégories sont :

1. **Les producteurs d'information**, soit les créateurs de banques de données.

2. **Les serveurs,** soit les entreprises qui permettent l'accès aux banques de données. Le serveur-type permet l'accès à plusieurs banques de données et peut indexer l'information différemment.

3. **Les courtiers d'information**, soit les entreprises qui offrent un service personnalisé de recherche d'information et font affaire avec plusieurs serveurs. Il sont en quelque sorte un intermédiaire entre les entreprises-clients et les serveurs et les producteurs. Le veilleurs technologiques sont compris dans cette catégorie.

2.2 L'INDUSTRIE DE LA GESTION DES CONTENUS INFORMATIFS EN CHIFFRES

La croissance rapide de l'industrie de l'information en direct est bien connue. Dans le monde, l'industrie a enregistré un chiffre d'affaires de 10,1 milliards de dollars américains en 1992, et il devrait, selon les projections, augmenter de 50 % pour atteindre 15,2 milliards de dollars d'ici 1997. L'industrie s'adresse principalement aux marchés des entreprises. Quatre-vingt-quinze pour cent de ses recettes provenaient de services destinés aux entreprises (*Business Wire*, 1993). L'industrie des bases de données dans son ensemble appartient presque entièrement aux pays industrialisés occidentaux. Les données des bases de données en direct et sur CD-ROM dans le monde figurant dans le *Gale Directory of Databases* montrent que seulement 0,6 % des bases de données recensées en 1993 sont publiées dans les pays en développement. Un peu plus de 2 % seulement des titres sur CD-ROM publiés dans le monde proviennent du Tiers-Monde. Les chiffres de l'ex-Bloc de l'Est sont semblables. Même l'infrastructure des télécommunications présente des lacunes dans ces pays.

Il y a peu de données fiables sur le secteur des contenus informatifs canadiens. A peu près tous les intervenants interrogés dans le cadre de cette étude nous ramènent au sondage effectué par le Comté des industries de l'information de l'Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI) et à l'étude de Nickerson (1993) qui utilise le données du *Guide ESPIAL des banques de données canadiennes*, publié par les Services documentaires multimédia. Nous avons utilisé la plus récente version du Guide ESPIAL dans le cadre de la présente étude.

Le tableau 1 résume l'industrie en ce qui concerne les segments producteurs d'information et serveurs.

Tableau 1

L'industrie de la gestion des contenus informatifs

Producteurs	Serveurs
Nombre : » Total : environ 250 » Privé : une trentaine Revenus annuels : entre 175 et 200 M$ Banques de données : environ 500 Domaines (revenus): Affaires et économique (15 M$) Affaires juridiques et gouvernementales (45M.$) Sciences/technologie/médical (27M$) Finance/banques/bourse (85M$) Éducation (2M$) Principaux producteurs privés : Carswell Professional Publishing (36 b.) Financial Post Data Group (13 bases) Globe Information Services (11 bases) Micromedia Ltd. (8 bases de données) QL Systems Ltd. (22 bases de données) Southam Electronic Publishing (Infomart) (32 bases de données) CCH/FM ltd (16 bases de données) SDM (Services documentaires multimédia) (Montréal) (10 bases)	Nombre : » total : 91 serveurs(1993) » Principaux : 46, dont 4 des États-Unis » Privé : une trentaine, dont une dizaine de majeurs Principaux serveurs privés: Globe Information Services (Toronto) (264 bases de données) QL System Limited (Kingston) (266 bases) CA-ONLINE (Toronto) (42 bases) Carswell (Scarborough) (102 bases) Micromedia (DIALOG) (Toronto) (54 bases) CDROM-SNi (Montréal) SDM (Services documentaires multimédia) (Montréal) (19 bases) Infomart Online (Southam Elestronic Publishing) (Toronto) (105 bases) iNet 2000 (Ottawa (75 bases) DIALOG (Micomédia) (Toronto) (54 bases)

Environ la moitié des producteurs produisent des banques de données dans le secteur des affaires et de l'économie suivi de peu par les secteurs juridiques et gouvernementaux et scientifique/technique/médical qui attirent chacun environ le tiers des entreprises. Notons que c'est le secteur des banques de données du secteur juridique/gouvernement/nouvelles qui génère le plus de revenus, soit près de 50 millions de dollars, ce qui représente presque le quart des revenus totaux.

Une autre façon d'analyser la taille et la croissance de l'industrie des bases de données électroniques consiste à compter les bases de données. C'est la méthode qu'utilise souvent l'OCDE. Nickerson (1990) y a également recours. La méthode n'est pas parfaite, mais elle revêt certaines caractéristiques intéressantes : elle est indépendante de l'organisation industrielle (si l'on ne compte que le nombre d'entreprises, il faut tenir compte de leur taille) et, dans une économie mixte où des entreprises du secteur privé et des organismes du secteur public coexistent, elle permet de prendre en considération toute la production. La méthode présente également certaines limites : il n'y a pas de norme de comptage, elle ne prend pas en compte la taille de la banque de données et la valeur de l'information, et il est difficile d'établir des comparaisons internationales. Nous avons procédé à certains calculs intéressants d'après le Guide ESPIAL des banques de données canadiennes. Le répertoire le plus récent datait de 1993.

Le nombre de bases de données qui contiennent de l'information à jour sur les activités du Canada croît chaque année. Le répertoire de 1993 comptait 521 bases de données (499 en 1992, 379 en 1989). Environ 25 % de ces bases sont en français ou contiennent des données en français; les autres sont en anglais.

Le tableau 2 indique la répartition des bases de données en cinq catégories distinctes par domaine pour 1987, 1989 et 1993 ainsi que le taux de croissance pour l'ensemble de la période.

Tableau 2

Nombre de bases de données par domaine

Domaine	**1987**	**1989**	**1993**	**Croissance**
Généralités	46	64	124	170 %
Droit/adm. publique	36	79	108	200 %
Affaires/finances	41	74	126	207 %
Sciences/technologie	58	86	106	83 %
Autres sciences sociales	35	42	57	63 %
Total	216	376	521	141 %

Source: Guide ESPIAL des banques de données canadiennes, 1993 et Nickerson (1990), The Canadian Electronic Database Industry: Impact on Foreign Services and Canadian Competitiveness.

Le tableau 2 révèle une croissance importante de l'industrie, soit une croissance de 141 % en 6 ans ce qui représente une croissance annuelle moyenne cumulative supérieure à 15 %. De plus, les croissances les plus fortes se retrouvent dans les domaines touchant directement le fonctionnement des entreprises canadiennes : les catégories du droit/gouvernement et affaires/finance. Dans ces catégories, le taux de croissance annuel du nombre de banques de données disponible est d'environ 20 %.

Dans le cadre de présent travail, nous nous intéressons particulièrement du point de vue des entreprises canadiennes. Le tableau 3 présente les données détaillées touchant les sous-catégories de la classe affaires/finance. On y constate que le nombre de banques de données est particulièrement important en fiscalité (41 banques) ainsi que tout ce qui touche les sociétés en général (19 banques) et le marché boursier (11 banques). De plus, on constate que les trois quarts des banques de données ont un contenu de matériel canadien supérieur à 80 %. Seulement 21 banques de données sur les 126 possèdent plus de 30 % d'information sur des compagnies qui ne sont pas canadiennes.

Il faut noter que le marché des services juridiques - qui est l'un des marchés souvent mentionnés comme étant des plus importants - peut également être considéré comme étant un sous-élément du marché du monde des affaires en ce sens que la finalité des services juridiques demeure souvent le secteur des affaires. En effet, les avocats du droit des affaires - ce sont les avocats qui oeuvrent dans les domaines comme les fusions et acquisitions, les valeurs mobilières et le financement privé - offrent leurs services aux entrepreneurs pour négocier et voir aux aspects juridiques des transactions telles que les prises de contrôle, les conventions d'actionnaires, l'inscription de titres en bourse, l'établissement de sociétés, l'acquisition et la vente d'entreprises ou encore les transactions assujetties à la *Loi sur la concurrence*. Ces avocats jouent plus un rôle de conseiller d'affaires qu'un rôle d'avocat plaideur et sont normalement à la recherche du compromis qui permettra la réalisation d'une transaction qui doit être au bénéfice de toutes les parties pour être conclue.

Tableau 3

Nombre de banques de données dans la catégorie affaires/finance par sous-catégorie et selon la proportion de contenu canadien 1993

Sous-catégories	+ 80%	30 - 79 %	5 - 29%	- 5%	Total
Banques	3	0	0	0	3
Compagnies	20	4	0	3	27
Crédit	2	0	0	0	2
Finances	4	1	1	0	6
Assurances	4	0	0	0	4
Gestion	2	1	0	5	8
Marketing	6	0	0	0	6
Marché boursier	11	1	8	3	23
Fiscalité	41	1	0	0	42
Marques de commerce	4	0	0	0	4
Développement	0	0	1	0	1
Total	**97**	**8**	**10**	**11**	**126**

Source : Données compilées à partir du Guide ESPIAL des banques de données canadiennes, 1993.

L'industrie totalisait 91 serveurs en 1993 mais le nombre des principaux serveurs était de 46, dont 4 provenaient des États-Unis. La majorité des principaux serveurs ont leurs siège social en Ontario (30 serveurs, dont 11 à Ottawa) suivi du Québec (7 serveurs), de la Colombie-Britannique (4 serveurs) et de l'Alberta (1 serveur). Parmi les 46 principaux serveurs, une quinzaine sont des organismes gouvernementaux ou des universités alors qu'une trentaine sont du secteur privé. Nous comptons une dizaine de serveurs de taille vraiment importante dans le secteur privé.

Paradoxalement, le nombre de serveurs du secteur privé - une trentaine au total dont une dizaine qui compte pour la grande proportion du marché - nous apparaît à la fois petit, moyen et grand selon le point de vue où l'on se situe. Petit si on le

compare avec d'autres secteurs de l'activité économique, en particulier avec d'autres segments de l'industrie des technologies de l'information. Par exemple, on dénombre au Canada environ 2,500 compagnies dans le secteur des services informatiques. C'est presque mille fois plus. Moyen si on le regarde du point de vue de la dynamique des marchés en ce sens qu'il y a un assez grand nombre de participants pour assurer une saine compétition. Il n'y a pas un monopole qui règne sur ce marché. Grand si on se place du point de vue de l'utilisateur qui doit choisir un ou quelques serveurs pour obtenir l'information souhaitée. Mentionnons qu'en faisant affaire seulement avec une un gros serveur du secteur privé, par exemple QL System Ltd ou Globe Information Services, un industrie; a accès à plus de la moitié de toutes les banques de données disponibles. Il pourrait avoir à compléter son nombre de banques de données en faisant affaire avec quelques compagnies spécialisées qui offre un services en exclusivité. Citons par exemple Reuter dans le domaine bancaire ou encore Creditel qui donne accès à une grosse banque de données (plus de 1.1 millions d'enregistrements) portant sur l'état du crédit des entreprises canadiennes.

Une analyse plus fine de la banque de données ESPIAL nous apprend qu'il existe un chassé-croisé entre les serveurs et les producteurs. Plusieurs serveurs offrent un accès aux même banques de données (du moins en partie) et plusieurs banques de données sont disponibles via plusieurs serveurs. En faisant affaire avec seulement quelques principaux serveurs, l'industriel peut avoir accès à une gamme très large de banques de données.

Il est également important de mentionner qu'il faut résister à la tentation d'additionner le nombre de serveurs au nombre de producteurs. Certaines compagnies se retrouvent dans les deux catégories, que ce soit sous le même nom ou encore sous deux noms différents. Par exemple on retrouve les Services documentaires multimédia dans les deux catégories. On retrouve également Dialog dans la liste des serveurs et Micromedia dans la liste des producteurs. Or, Dialog fait partie de Micromedia. Reuthers Information Services, de Toronto, est à la fois producteur et serveur exclusif de la banque MRATE (Money Market Rates). De plus, l'indexation n'est pas une science exacte. Ainsi, la firme Cedrom Technology est incluse comme étant un producteur alors que la compagnie se définit plutôt comme un serveur.

Le tableau 4, tant qu'à lui, nous révèle la distribution actuelle des banques de données en fonction du domaine selon le type de producteurs. On y apprend que le gouvernement produit environ quatre banque de données sur dix. Il est intéressant de noter que ce sont les banques de données portant sur la science et la technologie qui sont le plus produite par des étrangers (37% des banques). Dans le cadre de ce travail, nous nous intéressons particulièrement aux banques de données de la catégorie des affaires et de la finance. Dans cette catégories, 37% des banques de données sont produites par le secteur public et 48% le sont

par le secteur privé alors que 9% des banques sont produites par les organismes à but non-lucratifs (en particulier les associations). Le tableau 5 permet une analyse plus fine des banques de données de ce secteur.

Tableau 4

Nombre de banques de données (%) selon les catégories et les producteurs 1993

Catégorie	Gouvern.	Univ.	n. luc.	Étrang.	Privé	Total
Général	29 (23%)	22 (18)	5 (4%)	4 (4%)	64 52%)	124
Juridique/ gouvernement	70 (65%)	7 (6%)	5 (5%)	1 (1%)	25 (23%)	108
Affaires/ finance	46 (37%)	0 (0%)	11 (9%)	8 (6%)	61 (48%)	126
Science/ Technologie	44 (42%)	5 (5%)	5 (5%)	39 (37%)	13 (12%)	106
Autres sciences sociales	25 (44%)	3 (5%)	2 (4%)	14 (25%)	13 (23%)	57
Total	214 (41%)	37 (7%)	28 (5%)	66 (13%)	176 (34%)	521

Source : Données compilées à partir de la Banque de données ESPIAL, 1993.

Le tableau 5 révèle que c'est surtout dans le domaine de la fiscalité que le gouvernement est très présent avec le trois quart des banques de données produites. Revenu Canada, avec ses nombres banques de données sur la fiscalité, est en grande partie responsable de cette situation. Si ce n'était de la sous-catégories fiscalité, la part du gouvernement passerait 37% à 18% alors que la part du secteur privé atteindrait le 60%. En effet, sur les 42 banques de données portant sur la fiscalité, 27 sont produites par Revenu Canada et trois autres par d'autres organismes gouvernementaux. Notons que sept banques de données de cette sous-catégorie sont produites par CCH/FM de Don Mill en Ontario. La plupart de ces banques de données sont accessible via les serveurs QL ou Globe Information Services.

Tableau 5

Nombre de banques de données (%) dans la catégorie affaires/finance par sous-catégorie selon les producteurs 1993

Sous-catégories	Gouvern.	n. luc.	Étrang.	Privé	Total
Banques	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (100%)	3
Compagnies	8 (30%)	2 (7%)	2 (7%)	15 (56%)	27
Crédit	1 (50%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50%)	2
Finances	0 (0%)	0 (0%)	1 (17%)	5 (83%)	6
Assurances	0 (0%)	2 (50%)	0 (62%)	2 (25%)	4
Gestion	0 (0%)	1 (13%)	5 (62%)	2 (25%)	8
Marketing	2 (33%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (67%)	6
Marché boursier	1 (14%)	5 (22%)	0 (0%)	17 (8%)	23
Fiscalité	31 (74%)	0 (0%)	0 (0%)	11 (26%)	42
Marques de commerce	3 (75%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)	4
Développe-ment	0	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	1
Total	**46 (37%)**	**11 (9%)**	**8 (6%)**	**61 (48%)**	**126**

Source: Données compilées à partir du Guide ESPIAL des banques de données canadiennes, 1993.

Par contre, il est très important de mentionner qu'il est toujours très difficile de déterminer la nature privé ou publique du développement d'une banque de données. Dans le cadre de ce travail, nous avons utilisé la classification du Guide ESPIAL pour déterminer qui était le producteur d'une banque de données. Notre

analyse révèle par contre que plusieurs producteurs d'information dits privés mettent sur le marché un grand nombre de banque de données dont les informations ont en fait été colligées par les gouvernements et leurs agences. Par exemple, Carswell Professional Publishing, considéré comme une producteur, met sur le marché une quarantaine de banques de données qui, à peu près toutes, tirent leurs informations de sources gouvernementales. Citons par exemple, les banques EPUB (Publication de l'Accise), FBUB (Documents budgétaires), GSTT MEM (Notes sur la TPS), ITR (Règlement de l'impôt sur le revenu). Il s'agit d'une série de bases de données en texte intégral portant sur divers aspects de la fiscalité. Micromedia est « producteur » de la banque de donnée CCNC (Canadian Corporation Data Base) (accessible via les serveurs DIALOG, Infomart Online, Data-Star et Carswell) qui comprend des informations sur la situation financière et la direction de 8 000 entreprises canadiennes pour les cinq dernières années. Or, les données proviennent des informations fournies aux organismes de surveillance.

Dans la catégories des affaires/finance, les plus gros serveurs sont QL (266 bases de données dont une cinquantaine dans le secteur économie/finance), Globe Information Services (264 bases de données dont une bonne cinquantaine dans le secteur économie/finance), Carswell (71 bases de données au total dont une quinzaine dans le secteur affaires/finance, incluant la Canadian Tax Online qui est en fait une série de 32 bases de données en texte intégral portant sur divers aspects de la fiscalité), Dialog (54 bases de données dont une dizaine dans le secteur économie/finance),ainsi que Infomart Online (74 bases de données au total dont 17 dans le secteur affaires/finance, incluant également la Canadian Tax Online).

Nous constatons donc qu'il y a peu de vrais producteurs privés. Ceux-ci se limitent presque exclusivement aux agences de presses et à certains domaines spécialisés comme les agences de crédit (par exemple, Creditel)

3.0 LA NATURE ÉCONOMIQUE DE LA GESTION DE L'INFORMATION ET LES QUESTIONS D'INTÉRÊT

Dans la présente section, nous présentons brièvement en quoi la nature économique de la gestion de l'information - en particulier de l'information sur support électronique - diffère des autres biens et services. Ces différences ont des influences sur la tarification et sur la structure de l'industrie. Nous abordons également un certains nombre d'enjeux particuliers à cette industrie. Afin de préserver la confidentialité des propos tenus par les différentes personnes que nous avons interrogées, nous n'associons pas les firmes ou groupes de personnes aux différents points de vue. Il est tout de même intéressant de constater qu'il existe une grande convergence dans les différentes positions et qu'il a été relativement facile de réconcilier les points de vue exprimés.

3.1 LA NATURE ÉCONOMIQUE DU PRODUIT D'INFORMATION ET LES POLITIQUES D'ÉTABLISSEMENT DES PRIX

On s'accorde généralement pour dire que le fait de libérer le monde du papier ne rend pas l'information moins coûteuse. Même si le coût des ordinateurs a diminué, les prix de l'information en direct n'ont pas baissé sensiblement. « Le papier n'entre pas beaucoup en ligne de compte dans le coût, contrairement à la valeur de l'information »[4]. Ce qui est coûteux, c'est de recueillir et de traiter l'information, et non de la transmettre.

Il semble que l'édition électronique donne de meilleurs résultats lorsque des parties d'une publication sont plus importantes que l'ensemble. C'est pourquoi la valeur ajoutée figure souvent dans la classification et l'indexation de l'information. L'information peut être offerte selon le format dont on a besoin pour accomplir la tâche et la manipuler. À l'heure actuelle, les livres conçus pour être lus d'une couverture à l'autre ne sont pas bien servis par l'édition électronique.

Néanmoins, l'édition électronique crée une nouvelle problématique en raison de la nature économique du produit. Le principe fondamental à la base d'une économie de marché comme celle du Canada et des États-Unis est la croyance dans les avantages de la concurrence maximale entre les organisations du secteur privé sur le plan de la production et de la distribution de biens et de services. Toutefois, l'information - surtout lorsqu'elle est transmise par des moyens électroniques - diverge sensiblement des biens tangibles vendus sur le marché, comme les automobiles, les plumes ou les coupes de cheveux. Par conséquent, les marchés des produits de l'information ne fonctionnent pas de la même façon que les marchés des biens tangibles. Voici les principales caractéristiques atypiques des produits d'information :

» Plusieurs de personnes peuvent posséder l'information en même temps au même coût;

» Il est difficile d'empêcher les personnes qui le désirent de posséder un élément d'information particulier.

» L'information peut devenir périmée, mais elle ne peut pas être épuisée. Il est possible d'utiliser souvent l'information sans frais supplémentaires.

Il y a donc un élément important de nature publique dans la production de ce type de service. Ainsi, dans un certain sens, nous pouvons dire que l'industrie des contenus de l'information est similaire au logiciel ou au cinéma : coût élevé de l'investissement de départ, très faible coût de fabrication de l'exemplaire additionnel,. Les sciences économiques nous enseignent que les industries caractérisées par ce type de fonction de production (coût marginal faible, coût moyen élevé) amènent des monopoles naturels. A tout le moins, ce modèle favorise les grandes firmes par rapport aux petites. Une tarification au coût marginal - ce qui représente la meilleure solution normalement - amènerait des déficits perpétuels et ne seraient donc pas viables à long terme dans un marché complètement privé. De plus, les entreprises du secteur privé, afin de survivre et de croître, doivent adopter des stratégies de tarification innovatrices. En outre, l'intervention gouvernementale peut être justifiée sur ce marché[5].

Aux États-Unis, la formation de la Commercial Internet Exchange Association (CIX) en 1991 a favorisé davantage le mouvement vers la commercialisation du monde des réseaux. CIX est une association commerciale de tous les transporteurs commerciaux d'Internet. Les membres de l'Association ont convenu d'échanger le trafic à un coût fixe égal déterminé par l'Association. En outre, il y a une tendance à l'échelle fédérale/nationale à supprimer les fonds aux fournisseurs de services pour les affecter plus directement aux utilisateurs, en particulier les individus. Selon Doty et Bishop, l'objectif est de supprimer ce que d'aucuns considèrent comme des obstacles artificiels à l'entrée des entreprises dans un réseau d'offres de services pour permettre au marché de soutenir le réseautage et, peut-être dans une certaine mesure, pour répondre aux besoins des utilisateurs. (Doty et Bishop, 1994, p. 786)

Les études de cas effectuées dans le cadre de cette étude montrent qu'au Canada, dans le cas des services à accès directs, les politiques de tarification peuvent changer d'un serveur à l'autre : abonnement annuel, frais globaux de recherche, tarification à la minute ou par notice, frais d'affichage ou de reproduction, etc. Récemment, nous assistons à un réarrangement important dans les politiques de tarification. De plus en plus, les firmes se dirigent vers un système où les clients payent plus cher pour un abonnement, normalement sur une base mensuelle. Par la suite, les temps de recherche d'information sont gratuits mais on fait payer en

fonction du nombre de documents vraiment utilisés. En adoptant cette nouvelle approche, on tente d'inciter les clients à utiliser plus le service. D'une part, on ne veut pas pénaliser le client nouveau qui maîtrise moins bien l'outil et subit ainsi des frais plus élevés de recherche de document. D'autre part, on tente de faire en sorte que le client découvre pleinement toutes les possibilités du service offert pour ensuite ne faire payer que pour l'utilisation réelle qu'il en fait. Il faut noter que les clients peuvent avoir à payer les frais téléphoniques interurbains lorsque requis. Néanmoins, les frais interurbain sont nettement moins dispendieux que les frais actuel d'utilisation du système informatique.

Cette approche va dans le sens de l'efficacité économique en autant qu'il n'y a pas de congestion dans les systèmes puisque les prix refléteront l'utilisation réelle. Par contre, il s'agit à notre avis d'un optimum de second rang puisqu'une vrai tarification au coût marginale ne serait pas viable à long terme. Toutes les entreprises rencontrées ont confirmé cette tendance lourde du marché. Dans la mesure où les frais mensuels d'abonnement ne sont pas prohibitifs, cette approche devrait s'avérer profitable.

Quant aux produits sur CD-ROM, ils sont disponibles sous forme d'abonnement ou d'achat unique, les mises à jour variant selon le besoin des utilisateurs. Il est important de noter que généralement, les prix d'abonnement varies selon l'acheteur et l'utilisation qui est faite du CD-ROM. Par exemple, les bibliothèques du réseau scolaire payent moins cher que les ministères gouvernementaux et les gros ministères paient plus cher que les petits. Le prix est relié au nombre d'utilisateurs potentiels. Encore là, cette manière de faire est tributaire de la nature particulière du produit. En principe, si le marché de l'information présentait toutes les caractéristiques d'un bien normal, le coût du CD-ROM devrait seulement être fonction du coût marginal de production et serait le même pour tous les acheteurs. Les structures de tarification particulières de l'industrie confirment en quelque sorte indirectement notre analyse portant sur la nature économique de l'information.

Il est important de mentionner que la nature économique particulière du service a une influence directe sur la structure industrielle de l'industrie et les ententes contractuelles qui en découleront. Plusieurs compagnies qui opèrent au Canada sont en fait des succursales de grandes firmes américaines (c'est le cas par exemple du serveur DIALOG). C'est ainsi que dans le cas des serveurs, l'industrie est dominée par quelques grands joueurs (en termes relatifs) qui ont signé des ententes d'exclusivité avec les producteurs de banques de données (en particulier les agences de presse). Pour ce qui est du segment des producteurs de banque de données, encore là, les coûts fixes élevés font en sorte qu'il n'y a que quelques grandes entreprises dans le marché, y compris les ministères et organismes gouvernementaux, qui développent de grandes banques de données.

Le segment des courtiers d'information, tant qu'à lui, présente des caractéristiques tout à fait différentes de par sa nature qui se rapproche plus du domaine de la consultation de gestion par exemple. Lorsque ce segment se sera développé à son plein potentiel, on peut s'attendre à voir cohabiter des firmes de toutes les tailles. Il est généralement reconnu qu'il n'y a ni économies d'échelle ni déséconomies d'échelle sur ce marché. De plus, les firmes de consultants actuelles utilisent de plus en plus l'information sur support électronique et deviennent en quelque sorte des courtiers d'information.

3.2 LE RÔLE DE LA TECHNOLOGIE

Pour les décideurs, les gestionnaires et les dirigeants, la gestion de l'information revêt une importance particulière. Il faut concevoir des mécanismes de filtrage pour leur transmettre de l'information directe, adéquate et à jour avec un minimum d'insistance sur les détails non pertinents. La technologie joue un double rôle ici en raison de sa capacité d'accroître et de diversifier les flux d'information et de trier, de réduire, de stocker et de cibler l'information à utiliser sur une base hautement individualisée.

Les entreprises interrogées ont insisté à de nombreuses reprises sur le rôle des technologies et de l'innovation au cours de la présente étude. L'édition électronique elle-même évolue rapidement. En fait, bien des entreprises ont mentionné qu'elles recouraient dans une large mesure à la technologie. D'autre part, il importe de comprendre la différence entre la gestion de la technologie de l'information et la gestion de l'information. Il s'agit là de défis différents. Les gestionnaires de l'information devraient déterminer les principales tâches servant à acquérir, stocker et utiliser l'information importante. Ces tâches clés sont les suivantes :

1. Évaluer les besoins et les exigences en matière d'information.

2. Acquérir et saisir l'information.

3. Classer par catégorie, organiser et indexer l'information.

4. Développer des produits et services d'information.

5. Stocker ou distribuer et diffuser l'information.

La gestion efficace de l'information nécessite des équipes interfonctionnelles et interdisciplinaires réunissant les talents et l'expérience de gestionnaires, de professionnels des services d'information et de spécialistes en contenu. Les entreprises interrogées ont résisté à la tentation de confier le travail entièrement

aux responsables du développement technologique malgré l'importance de l'innovation technologique et le rôle important joué par ceux-ci. Cependant, les entreprises interrogées investissent continuellement dans le développement de nouveaux services et de nouvelles applications.

Les développements dans le domaine des télécommunications permettront bientôt la diffusion de banques de données multimédias (texte, son, image et vidéo) via des serveurs vidéos.

L'un des aspects de la valeur ajoutée apportée par les serveurs d'information est d'ordre technologique. En effet, les serveurs permettent d'uniformatiser le langage d'exploitation des banques de données.

3.3 LE PROBLÈME DU DROIT D'AUTEUR

Le droit d'auteur applicable aux bases de données en direct est protégé par un contrat conclu entre le producteur de la base de données et l'éditeur auprès duquel les droits sont acquis. Une clause du contrat porte sur les droits de distribution et de redistribution.

Pour la majorité des personnes que nous avons interrogées, le droit d'auteur ne pose pas de problème du point de vue technique. Le droit d'auteur peut être considéré comme faisant partie d'un contexte plus général, qui comprend la question complémentaire de l'accès à l'information numérique, et les interactions avec des questions comme le droit de la propriété intellectuelle et la politique officielle en matière d'information numérique et le rôle des bibliothèques et des éditeurs. Il s'agit d'un ensemble de questions très complexes. Les membres de l'industrie que nous avons rencontrés ont, de façon générale, des points de vue plus pratiques sur la question du droit d'auteur et du rôle de l'État à cet égard. On peut les résumer ainsi :

» La propriété intellectuelle constitue un problème en ce sens qu'elle peut menacer la rentabilité économique de l'industrie.

» Le CD-ROM est plus sûr parce qu'il est plus difficile de le copier. Comme c'est le cas pour un dictionnaire par exemple, des informations . précises peuvent être téléchargées sur des disques durs ou des disquettes mais non la totalité des informations

» Aux États-Unis, le gouvernement a mieux appuyé l'industrie au cours des 25 dernières années que le gouvernement canadien en ce qui concerne la gestion des questions de droit d'auteur touchant l'information gouvernementale.

» Les pouvoirs publics sont les principaux producteurs et consommateurs d'information. Ils ne tirent pas le même genre d'avantage économique de la publication de l'information que les entreprises privées à but lucratif. La maximisation du bien social est la raison même de l'existence du gouvernement.

On a mentionné au cours des interviews que les pouvoirs publics ne respectent pas toujours la loi sur le droit d'auteur. On a évoqué l'exemple des services de coupures de presse. Fait intéressant, certaines personnes au sein de l'industrie estiment que les ministères ne versent pas de redevances pour l'impression de nombreux exemplaires d'articles de journaux, ce qui n'est pas le cas.

Une question complémentaire concerne la paternité et la source d'une oeuvre. Nous croyons que cette question d'« intégrité » s'applique davantage aux universitaires qu'aux entreprises. Pour Clifford Lynch (1994), « un système d'accès à l'information et de distribution qui maintient l'intégrité de l'information fournit à ses utilisateurs une référence constante - par des citations et des extraits - à un ensemble d'information au fil du temps... et devrait également permettre à l'utilisateur de s'attendre raisonnablement à ce que le nom de l'auteur et la source de l'ouvrage soient correctement attribués »[6]. Nous devons reconnaître qu'il est plus facile de suivre la trace de l'auteur d'un ouvrage publié sur papier et de la date de la publication. Nous devons préserver l'intégrité de l'acte de publier, qui est primordial dans notre culture. Les serveurs peuvent jouer un rôle important à cet égard, semblable à celui des éditeurs traditionnels. Nous devons reconnaître qu'il sera plus difficile de résoudre la question de l'attribution de l'information, car un avantage clé de l'édition électronique est qu'un ouvrage peut être constamment amélioré dans le cadre de nombreuses ébauches par un certain nombre de personnes et de groupes. C'est presque comme publier des versions mises à jour d'un document de façon continue.

Il y a un arbitrage à opérer entre la nécessité de protéger la propriété intellectuelle et le risque de limiter gravement la distribution des services.

Certaines firmes ne font pas face au problème des droits d'auteurs de façon aussi aiguë puisqu'elles sont intégrées verticalement. La firme Dun & Bradstreet est un bel exemple de cette situation puisqu'elle est à la fois producteur et courtier.

3.4 LE RÔLE DES GOUVERNEMENTS

Selon les personnes interrogées dans le cadre de cette étude, le gouvernement américain a adopté il y a longtemps une politique beaucoup plus ouverte en ce qui concerne la gestion et la diffusion de l'information que le gouvernement canadien. Un extrait d'un rapport publié par le département du Commerce des

États-Unis en 1994 résume bien sa philosophie à cet égard :« Un bon service comprend un accès satisfaisant à l'information. L'information gouvernementale est un bien public. Le gouvernement doit mettre l'information à la disposition du public au moment opportun et de manière équitable. Il doit favoriser la diversité actuelle des sources d'information auxquelles le secteur privé, ainsi que les administrations des États et locales, les bibliothèques et d'autres entités participent largement. Les principes s'appliquent, quel que soit le moyen, imprimé ou électronique, où l'information a été recueillie ou stockée »[7]. Le gouvernement des États-Unis croit également qu'aujourd'hui la technologie de l'information peut créer le gouvernement de l'avenir, le gouvernement électronique.

Les personnes interviewées admettent que le gouvernement canadien a, au cours des dernières années, passablement amélioré ses politiques et surtout son attitude envers les personnes qui désirent obtenir de l'information de sources gouvernementales. Néanmoins, il y a encore beaucoup de chemin à parcourir. Plusieurs nous ont mentionné que pour obtenir de l'information canadienne, il était même souvent plus facile de faire un détour par l'étranger. Un exemple qui a été mentionné est celui de l'accès aux banques de données sur les brevets qui sont gérées par le Ministère. Ainsi, il serait plus facile d'obtenir des informations sur les brevets canadiens en consultant une banque de données anglaise qu'en s'adressant directement au Ministère. Cette critique n'est peut-être pas fondée. Néanmoins, il n'en demeure pas moins que c'est là la perception du milieu de la gestion de l'information.

Les personnes interviewées s'entendent pour reconnaître le rôle du gouvernement comme producteur d'information et de banques de données. Il y a quatre principaux arguments de fond à cet égard. Premièrement, le gouvernement est justifié de jouer ce rôle de part la nature économique de ce segment de l'industrie qui requiert de gros investissements de départ. L'analyse économique révèle que dans ces cas, un marché privé serait inefficace, les coûts fixes importants amenant des économies d'échelle et un monopole naturel. Deuxièmement, les gens reconnaissent que les gouvernements collectent déjà beaucoup d'information, souvent pour diverses raisons. Donc, le coût marginal pour le gouvernement est moins élevé que pour une entreprise privée qui voudrait reprendre l'exercice à zéro. Troisièmement, les droits d'auteur pouvant être difficiles à faire respecter, l'entreprise privé ne pourrait pas être assurée de pouvoir internaliser tous les bénéfices. Ses activités pourraient générer des bénéfices économiques susceptibles de profiter à l'ensemble des agents économiques et non à elle seule. Livrée à elle-même, l'entreprise privée produira un niveau sous-optimal de biens et services dans une telle situation où il y a des externalités positives. L'analyse de cette situation est du même ordre que celle justifiant l'aide gouvernementale à la Recherche et Développement. Quatrièmement, nous pouvons évoquer l'argument de la confidentialité des données et de l'intrusion dans la vie privée

des agents économiques. Ceux-ci ne sont pas intéressés à divulguer des renseignements à tous et chacun et la centralisation de la collecte brute d'information évite de trop déranger les agents économiques.

Par contre, de manière générale, les personnes interrogées préféreraient que le gouvernement utilise l'entreprise privée comme courroie de transmission et que l'on permette à ces dernières un accès facile aux banques de données. Les dirigeants d'entreprises que nous avons interrogés se disent prêts à payer pour avoir un tel accès et/ou à payer des redevances. On reconnaît également que les gouvernements sont de grands utilisateurs d'informations et des clients potentiels. Ils devraient également jouer un rôle de leader en utilisant eux-même les technologies les plus avancées.

Finalement, selon certaines firmes contactées, les gouvernements devraient faire la promotion - ici et ailleurs - du savoir-faire des entreprises canadiennes. Mettre en place des réseaux commerciaux à l'étranger peut être risqué et coûteux puisqu'il faut généralement investir sur une longue période pour pénétrer de nouveaux marchés. Lorsque l'opération réussit, elle profite souvent également aux autres entreprises qui gravitent autour de celles qui ont réussi une percée internationale. Ces externalités positives justifieraient l'appui des gouvernements.

3.5 L'IMPORTANCE DE LA DIVERSITÉ DES SOURCES D'INFORMATION

La question des sources d'information est importante et varie en grande partie selon l'organisation des firmes. Ainsi, les petites firmes de courtage d'information considèrent généralement qu'il est important de pouvoir accéder à plusieurs sources de données afin de multiplier les points de vue et d'obtenir l'information précise requise afin de répondre aux besoins de l'entreprise-client. Ceci est rendu possible avec les développements phénoménaux des technologies de l'information au cours des dix dernières années. Ainsi, grâce au réseau Internet, ces firmes ont accès rapidement à de l'information stratégique de première importance. Théoriquement, un réseau comme Internet donne accès à ses utilisateurs à une quantité phénoménale de bases de données scientifiques, technologiques, gouvernementales, financières, etc. Des informations stratégiques de première main circulent aussi entre les différents groupes par messageries, discussion, etc. A l'heure de la mondialisation des marchés, il va devenir de plus en plus risqué de se tenir à l'écart de ces sources privilégiées de veille technologique et commerciale. D'ailleurs, notons que ces firmes ne considèrent pas l'accès de plus en plus répandu à un grand nombre d'informations comme étant une menace. En effet, les firmes-clients ont besoin d'un expert qui peut les aider à cheminer sur le réseau tout de même complexe et qui peut aller chercher seulement l'information requise. Il y a un besoin de gérer l'information autrement les entrepreneurs sont

submergés dans une mer d'informations. Selon le Conseil de la science et de la technologie du Québec, deux problèmes se posent surtout :

» savoir déterminer le type d'information dont on a réellement besoin et qui mérite qu'on y consacre le temps et l'argent de l'investigation;

» apprendre à naviguer à l'intérieur d'un médium qui est encore assez peu convivial et qui peut s'avérer gourmand en temps et en argent avant de trouver l'information dont on a besoin.

Toujours selon le Conseil, on voit ici l'occasion de développer un tout nouveau marché de firmes de consultants qui pourraient offrir aux PME des services sur mesure de « pilotage » sur l'autoroute de l'information. D'ailleurs, les firmes de courtage d'informations remplissent ce rôle.

D'un autre côté, un certain nombre de grandes firmes, souvent multinationales, ont mis au point leurs propre bandes de données qu'ils consultent pour répondre aux besoins de leurs clients. Selon certaines petites firmes interrogées, il est normal que ces firmes rentabilisent leurs investissements mais en ce faisant, ils peuvent manquer des informations importantes contenues sur d'autres banques de données. Nous croyons qu'il faut nuancer cette critique en disant que ces grandes banques de données sont normalement créées en utilisant l'information provenant d'un grand nombre de banques de données.

Si l'entreprise est très grande, l'élaboration de ces grandes bandes de données intégrant l'information de différentes sources est rentable et permet des économies d'échelles substantielles. Par contre, les très petites entreprises de courtage voient là un créneau potentiel intéressant pour Industrie Canada qui pourrait créer une telle bande de données et la mettre au service des courtiers en information et des serveurs. Tous s'entendent pour dire qu'Industrie Canada devrait beaucoup mieux communiquer à l'industrie les produits disponibles et sa politique d'accès qu'il ne le fait actuellement.

3.6 L'ÉVALUATION DES BESOINS ET DE LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE

Les petites firmes de courtage sont trop petites pour avoir mis sur pied des mécanismes formels de rétroaction et d'évaluation de la satisfaction de la clientèle. Par contre, les dirigeants effectuent un suivi personnel après chaque mandat d'envergure. Selon eux, la meilleure indication de la satisfaction de la clientèle demeure la passation de nouveaux contrats avec le même client. De plus, les contacts avec les clients sont tellement personnalisés qu'il n'y a pas nécessité d'un mécanisme formel de rétroaction. Pour ce qui est de l'évaluation

des besoins, les dirigeants de ces firmes n'ont pas vraiment le choix et se concentrent sur les types de services pour lesquels ils possèdent une expertise particulière.

Les firmes de taille moyenne, disons une quarantaine d'employés, ont développé des mécanismes plus formel d'évaluation concentrés autour de trois approches complémentaires :

» une étude globale de la rentabilité de l'entreprise (sur une base mensuelle);

» une étude systématique - normalement sur une base mensuelle - du rendement de chaque produits offert. On y étudie les statistiques de volume (quantité vendue, nombre d'abonnements vendus, nombre de fois où le système a été utilisé, etc.) et de rentabilité (revenus, coûts);

» une étude ponctuelle d'un produit spécifique à l'aide de sondages auprès des utilisateurs et de groupes de discussion. Les groupes de discussion sont particulièrement utilisés pour évaluer les tendances des besoins des nouveaux produits et les caractéristiques désirées des nouveaux produits et des nouvelles innovations. Les sondages sont plutôt utilisés pour évaluer la satisfaction de la clientèle envers un produit ou un service. Normalement, les firmes tentent d'évaluer à fond un produit ou un service par année, sur une base rotative. On se sert également des résultats des études statistiques pour sélectionner les produits qui feront l'objet d'études plus approfondies.

Les plus grandes firmes, par exemple Dun & Bradstreet ont mis sur pied une capacité analytique interne bien développée qui consacre une partie importante de ses ressources à la mesure de la satisfaction et des besoins des clients.

4.0 LA CONCLUSION

La réalisation du présent travail nous a permis de réaliser vraiment à quel point l'industrie de la gestion des contenus informatifs est à la fois jeune, dynamique, promise à un bel avenir et importante pour la compétitivité du Canada à l'échelle internationale.

Nous disons que l'industrie est jeune en ce sens qu'elle s'est vraiment développée avec l'essor des technologies de l'information au cours des 15 ou 20 dernières années. Évidemment, la communication et la recherche d'information trouve ses origines avec la création des nations commerçantes mais, indéniablement, les développements technologies fulgurants des dernières années ont donné une dimension tout à fait nouvelle à cette industrie. Les firmes que nous avons rencontrées dans le cadre de la réalisation de ce travail opèrent leurs activités dans ce domaine depuis seulement une trentaine d'années, et souvent depuis moins longtemps. L'industrie commence seulement à s'organiser, que ce soit dans le cadre d'associations professionnelles ou encore par la création récente d'un réseau de veille sur les technologies de l'information (RVTI). Le RVTI est une institution qui entreprend une veille technologique et stratégique sur les technologies et la société de l'information. Ses principaux outils sont l'organisation de rencontres et de conférences, l'édition de dossiers et la diffusion électroniques de clips.

Il est intéressant de noter que le premier réseau de veille technologique s'est formé dans le secteur des technologies de l'information : on utilise l'outil - les technologies de l'information - pour veiller sur les développements dans son propre secteur. Éventuellement, lorsque l'industrie sera assez mature, il se développera possiblement de tels réseaux de veille technologique dans tous les secteurs de l'activité économique. Par exemple, on peut imaginer un réseau de veille technologique dans le secteur de la pétrochimie ou dans les secteur de la pharmacologie.

L'industrie est également dynamique en ce sens que tout y bouge très rapidement. Les alliances sont nombreuses et les nouveaux services offerts mis au catalogue de façon régulière. La place importante qu'occupent l'innovation et la question de la recherche et le développement - l'accent portant plus sur l'aspect développement que recherche (qui est toujours appliquée, la recherche pure est laissée aux centres de recherche gouvernementaux et aux universités) - témoigne de la fébrilité du secteur. Cette emphase sur l'innovation est perçue comme étant une condition sine qua none de succès pour les entreprises. De plus, le secteur entier bénéficie du dynamisme apporté par la création d'entreprises de taille moyenne dirigées par de jeunes gestionnaires férus aux techniques modernes de gestion.

L'industrie est également promise à un bel avenir en ce sens que le plein d'emploi n'a pas encore été fait. Il s'agit d'un domaine en croissance. Par exemple, il est généralement reconnu que le nombre d'emplois est plus élevé aux États-Unis qu'au Canada (même en tenant compte de la taille respective des deux économies). Par contre, nous croyons que le potentiel de croissance varie significativement selon les créneaux.

Le créneau des producteurs d'information nous semble saturé et les coûts fixes pour démarrer une entreprise sont élevés. Les entreprises de ce secteur sont en bonne partie des entreprises qui étaient déjà dans ce marché et qui ont tiré partie de leurs position pour élargir leurs activités. Un bel exemple de cette réalité demeure les journaux et magazines. Les autre firmes qui créent de l'information telles les entreprises qui établissent des cotes de crédits peuvent tabler sur plusieurs années de service, ce qui amène une crédibilité longue à gagner.

Le créneau des serveurs d'information nous semble également plutôt saturé en terme de nombre d'entreprises. Trois facteurs limitent l'augmentation du nombre d'entreprises dans ce secteur :

1. Les entreprises existantes ont souvent signé des ententes d'exclusivité avec les producteurs d'information, ce qui constitue une barrière à l'entrée pour les nouvelles entreprises.

2. Les coûts fixes de démarrage sont tout de même assez importants.

3. Les entreprises font beaucoup d'effort pour fidéliser leurs clientèles d'une part et les clients préfèrent faire affaire avec une seule entreprise d'autre part. Les clients aiment avoir accès à toute la gamme de services et à toutes les données disponibles en faisant affaire avec une seule entreprise. Ceci est particulièrement vrai lorsqu'il faut payer des coûts fixes d'abonnement et qu'il faut former du personnel pour pouvoir naviguer dans les différents systèmes.

Par contre, le créneau du courtage d'information nous est apparu encore sous-développé. Il pourrait y avoir des possibilités intéressantes pour le développement d'une série d'entreprises de taille moyenne qui pourrait faire le pont entre les très petites entreprises - une ou deux personnes oeuvrant dans des secteurs très spécialisés - et les très grosses entreprises multinationales. La croissance de ce créneau ne passe pas nécessairement par la mise sur pied de nouvelles entreprises. Nous croyons que les firmes d'avocats-conseils et de consultation de gestion sont particulièrement bien positionnées pour intégrer ce type d'activité dans leurs gammes de services offerts.

Nous disions également plus haut que le développement de cette industrie est très important pour assurer la compétitivité des entreprises canadiennes. Ce constat provient en fait de deux sources. Premièrement, une analyse de la conjoncture internationale et de la littérature sur l'importance grandissante des technologies de l'information et la migration des économies fortes vers des économies qui mettent l'accent sur la connaissance plutôt que sur le développement des matières premières et sur sa transformation en produits de consommation courants. Deuxièmement, les firmes contactées ont soulevé l'importance de leurs services pour leurs clients. Par contre, ces entreprises-clients n'ont pas été directement consultées dans le cadre du présent travail. Nous avons tout de même tenté de tenir compte des besoins de ces mêmes entreprises qui doivent avoir accès à une information stratégique de première importance pour croître. Dans le cadre de travaux futurs, il serait important que la direction générale de l'information stratégique considère sérieusement la possibilité de consulter les entreprises canadiennes à ce sujet, directement ou/ou via les regroupements d'entreprises.

Il est important de rappeler que le Canada n'est pas le seul pays à avoir identifié le développement de l'autoroute de l'information comme étant une priorité nationale[8]. Les autres principaux pays avec lesquels nous commerçons ont décidé de prendre le virage technologique, en particulier dans le domaine de l'information stratégique. Nous n'avons qu'à penser aux États-Unis où le Vice-président Gore se présente incontestablement comme étant le défenseur de la mise sur pied d'une infrastructure nationale de l'information. Le Vice-président Gore a dit que l'administration Clinton « entend créer un milieu qui stimule un système privé de conduits d'information continue...(pour ce faire, l'administration présentera un) ensemble de propositions législatives et administratives afin de démêler les problèmes juridiques, réglementaires et financiers qui ont jusqu'à maintenant menacé la capacité du pays de construire une superautoroute de l'information perfectionnée capable d'offrir des services de pointe à tous les foyers et entreprises des États-Unis » (traduction libre). Le Canada est un pays qui dépend intensément de ses exportations (presque 30 % de son Produit national brut en 1993), en particulier de ses échanges avec son voisin du Sud. Dans ce contexte, est-ce que le Canada peut prendre le risque de ne pas prendre le train ? Poser la question, c'est y répondre.

LES ÉTUDES DE CAS

Annexe 1

Dans le cadre de la présente section, nous présentons des firmes engagées dans différents aspects de l'industrie. Nous avons choisi des firmes représentatives de leurs segments respectifs.

CAS n° 1 LES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS ET DOCUMENTATION (SRD) ET LES SERVICES D'INFORMATION INDUSTRIELLE DU QUÉBEC (SIIQ)

Les firmes de courtage d'information représentent un type de service spécialisé offert par des entreprises du domaine de la gestion de l'information. Ce type de service peut être offert par les grandes firmes multinationales du domaine de la gestion de l'information mais également par de très petites firmes qui opèrent en utilisant intensément les techniques modernes de communications. Les firmes SRD et SIIQ font partie de ces très petites entreprises qui offrent ce type de services. Nous les avons regroupées puisque leur structure et leurs opérations sont semblables et pour assurer la confidentialité des entrevues.

La firme Services de renseignements et de documentation (SRD) est née du besoin des gens d'affaires, des ingénieurs, des scientifiques et autre agents de développement industriel, commercial ou scientifique de suivre pratiquement au jour le jour l'évolution des marchés qu'ils desservent ou tentent de pénétrer.

SRD dispose aujourd'hui de 5 années d'expérience au niveau international et de plus de dix ans dans la représentation économique et sociale aux plus hauts niveaux à l'étranger.

SRD offre quatre types de recherche de base :

Veille technologique

Conçue en fonction d'un besoin précis de l'entreprise client, la veille technologique (VT) vise à la tenir informée périodiquement et à l'échelle mondiale de tout fait nouveau sur un sujet retenu, qu'il s'agisse de techniques de gestion, de brevets, de marchés, de conditions socio-économiques en pays étrangers etc.

Bibliographie

Au moment d'amorcer un nouveau projet, il est utile de vérifier au préalable l'état de la question dans divers pays ou diverses régions du monde afin de profiter au maximum de l'expérience vécue par d'autres, de prévoir une concurrence ou des confrontations toujours possible.

Analyses de marchés

Les analyses de marchés permettront d'identifier des réseaux de distribution ou des marchés potentiels d'exportation pour des produits spécifiques et de rechercher des représentants ou des partenaires en pays étrangers.

Occasions d'affaires

La recherche d'occasions d'affaires impliquent des démarches multiples telle l'analyse de l'état d'avancement de projets financés par des gouvernements étrangers ou par des organismes internationaux ainsi que la recherche et l'analyse de projets d'investissements privés, d'acquisitions et de fusions.

La firme Services d'information industrielle du Québec (SIIQ), tant qu'à elle, existe depuis 1993 et offre principalement six types de services dans les domaines de la consultation et du courtage d'information industrielle et de rédaction technique. Pour le Service, la clé réside dans la valeur ajoutée qu'il peut apporter en rendant l'information à jour disponible et en indexant l'information. Il est important que l'information soit classifiée, résumée et présentée en fonction des besoins par des gens qui possèdent la formation appropriée. Comme nous l'avons déjà mentionné, les Services n'est pas un producteur d'information ni un serveur mais plutôt un courtier d'information, un veilleur technologique. Plus précisément, le SIIQ offre les services suivants :

États de la technologie (pour ne pas réinventer la roue).

En étudiant qui a déjà travaillé à un procédé, une technologie de fabrication, un problème technique ou un équipement et comment le problème a été résolu, l'entreprise-client peut choisir la technologie la plus appropriée. Elle peut ainsi améliorer sa compétitivité en diminuant ses coûts de recherche et développement ou en procédant à l'acquisition d'une technologie.

Faisabilité technico-économique (l'outil de base pour décider si...)

SIIQ offre aux entreprises d'étudier les implications techniques et économiques de ses projets d'ajouts de nouveaux produits ou de changement de ses procédés de production. Elle offre un avis technique impartial pour colliger et synthétiser l'information technique disponible.

Veille technologique (pour que l'entreprise conserve sa position concurrentielle)

SIIQ offre à la fois un service de mise-en-place d'un processus de veille technologique dans les entreprises et de soutien à la fonction de veille technologique déjà existante par l'apport d'information industrielle provenant de sources formelles.

Besoins ponctuels d'information (Qui? Quoi? Comment?)

SIIQ peut aider les entreprises dans la recherche de nouveaux fournisseurs, de sous-traitants, de nouvelles technologies ou de nouveaux procédés. Il peut également repérer les expositions relatives à un secteur d'activité spécifique et répondre à des interrogations concernant les brevets (est-ce qu'un produit est breveté, par qui? Est-ce qu'une entreprise détient un brevet? lequel? etc).

Expositions internationales (pour que l'entrepreneur soit sur place sans se déranger)

Le SIIQ peut représenter les entreprises-clients à des expositions internationales importantes et ainsi recueillir des informations précises de façon rentable.

Suivi de périodiques (pour être au courant)

L'entreprise offre un service de suivi de périodiques spécialisés du secteur d'activité de l'entreprise-client et fait suivre seulement les articles qui sont d'intérêt pour la firme.

Rédaction technique

Le Service d'Information Industrielle du Québec offre un service de rédaction technique de manuels techniques d'opération et d'entretien des équipements et produits.

Les sources de données

Les petites firmes de courtage considèrent qu'il est très important d'avoir accès à un grand nombre de sources de données afin d'obtenir plusieurs points de vue convergent. Elles tirent leur valeur ajoutée à aller chercher l'information pertinente rapidement là où elle existe. Ainsi, un courtier en information a accès à :

» des centaines de banques de données spécialisées;
» des sources formelles d'information variées;
» un réseau international de contacts;
» une expertise technologique spécialisée en information industrielle;

Les clients

Les principaux clients des deux firmes sont surtout les compagnies de petite et moyenne taille. A noter que le SRD semble avoir une grande proportion de clients étrangers. Il arrive également que ces firmes de courtage fassent affaire avec la grande entreprise même si cette dernière a généralement sa propre capacité interne de recherche d'information. Soit que le client désire une expertise particulière d'appoint, soit un point

de vue venant de l'extérieur ou encore que la fonction interne n'a pas le temps d'entreprendre les recherches.

Les méthodes de facturation et de suivi

Au niveau de la méthode de facturation, le Service d'information Industrielle du Québec et les Services de Renseignements et de Documentation signent des contrats à prix fixes basés sur le temps horaire prévu pour effectuer le travail demandé. Les taux horaires peuvent varier en fonction du niveau de difficulté et de la taille de l'entreprise client. De façon générale, les entreprises considèrent qu'il est plus risqué de faire affaire avec une grosse entreprise puisque ces dernières font appel aux services de firmes externes seulement en dernier recours. A noter que les firmes de courtage ne facturent généralement pas en fonction de l'utilité de l'information produite. Elles considèrent que ce sont les firmes clients qui prennent les risques en les embauchants et donc, en conséquence, les profits réalisables suite à un succès des recherches leur appartient de droit. De plus, un client satisfait reviendra dans l'avenir. Notons qu'une telle approche est conforme à l'objectif d'efficacité économique : tarification au coût marginal, profits (ou pertes) à ceux qui encourent les risques réels.

Cette approche est tout à fait similaire à celle préconisée par les conseillers en gestion par exemple. Ainsi, il arrive également que les courtiers effectuent de la recherche sur demande et facturent par la suite en fonction du temps réel investi et des autres frais (frais de déplacement, d'accès aux banques de données etc) pour effectuer le travail. Cette situation se présente lorsqu'il est difficile de prévoir à l'avance les ressources nécessaires pour remplir le mandat. La fonction de production est parfois aléatoire.

Les sociétés de courtage de petite taille sont trop petites pour avoir mis sur pieds des mécanismes formels de rétroaction. Par contre, les présidents s'assurent de toujours effectuer un suivi personnel après chaque mandat d'envergure. La meilleure indication de la satisfaction de la clientèle demeure la passation de nouveaux contrats avec le même client. De plus, les contacts avec les clients sont tellement personnalisés qu'il n'y a pas nécessité d'un mécanisme forme de rétroaction.

Les perspectives d'avenir

Les deux firmes considèrent que dans un monde de mondialisation des marchés et où l'information disponible est de plus en plus importante (ce qui crée des besoins énormes pour les entreprises canadiennes qui veulent demeurer compétitives) il y aura des besoins croissants pour les courtiers en information. De plus, pour les entreprises de petite taille et de taille moyenne, il n'est pas rentable de mettre sur pied leur propre fonction de courtier en information, d'où le besoin d'acheter cette expertise sur le marché de façon ponctuelle pour répondre à des besoins précis. Même les grandes firmes qui ont leurs propre fonction font affaire avec des firmes spécialisées soit pour

obtenir une information indépendante et objective, soit pour suppléer les capacités interne en période de haute intensité ou encore pour aller chercher des informations plus difficiles à obtenir.

Par contre, il serait important que cette industrie naissante en forte croissance soit bien encadrée afin d'éviter les problèmes de croissance où différents types de professionnels peuvent s'improviser courtier en information ou encore veilleur technologique. En s'assurant que les courtiers fassent partie d'une association professionnelle reconnue qui possède un code d'éthique adéquat, tel l'Ordre des ingénieurs ou encore l'Ordre des technologues, le client potentiel se protège en quelque sorte, du moins de façon minimale. Dans les deux cas, on a souligné l'importance d'adopter une éthique de travail absolument irréprochable afin d'assurer la survie à long terme de l'entreprise et même de l'industrie.

Les besoins futurs

Les petits courtiers d'information considèrent comme étant très important qu'ils aient accès au plus grand nombre de banques de données possible à un coût raisonnable. Ils aimeraient avoir accès aux banques de données compilées par le gouvernement du Canada. En ce moment, ils ont très peu d'information sur la disponibilité des produits et sur la politique du gouvernement à cet égard. Selon eux, le gouvernement devrait développer une approche canadienne basée sur une vraie politique industrielle. Il serait également important de faire un inventaire complet des produits disponibles, de leurs principales caractéristiques et de bien communiquer ces informations.

Personnes-ressources

M. Richard Legendre
Services d'information industrielle du Québec
21, rue de Bénédictins
Loretteville (Québec)
G2A 2V9
Tél.: (418) 843-5384
Téléc.: (418) 843-8891

M. Raymond Beaugrand
Services de renseignements et de documentation (SRD)
217, Place Strasbourg
Saint-Lambert (Québec)
J4S 1R8
Tél.: (514) 672-9429

CAS n° 2 CDROM-SOCIÉTÉ NATIONALE D'INFORMATION (CDROM-SNi)

La Société CDROM-SNi est basée à Outremont, sur l'île de Montréal. Elle est une entreprise spécialisée dans la diffusion de banques de données (ces entreprises sont communément appelées des serveurs). Elle offre une grande variété de banques d'information disponible en accès directs et sur CD-ROM. Elle rend également disponibles des banques d'information et des répertoires sur différents supports. CDROM-SNi s'est associée à des partenaires pour offrir, grâce à sa structure de commercialisation, une masse critique de produits d'information sur les meilleurs supports technologiques disponibles.

SNi est une entreprise de taille modeste et embauche une quarantaine de personnes permettant d'oeuvrer dans trois domaines : la Recherche et Développement en génie logiciel et en intégration technologique, la production et l'édition de banques de données ainsi que la commercialisation et la mise en marché des produits offerts.

CDROM-SNi est le résultat de la fusion de CDROM Technologies et de SNi qui a eu lieu en octobre 1994. Cette fusion intégrait au sein d'une même entreprise l'expertise en génie-logiciel et micro-informatique appliquées à la création de banques de données textuelles et multimédia ainsi que des compétences en édition et en commercialisation. CDROM Technologies inc. avait développé depuis 1989 une expertise logicielle en gestion et en recherche d'information textuelle et multimédia. La SNi avait créé, en partenariat avec CDROM Technologies depuis 1992, un guichet d'accès direct par modem. Elle est le principal éditeur et diffuseur d'information électronique d'actualité et d'affaires au Québec. Elle est, notamment, le diffuseur électronique exclusif du contenu en texte intégral des principaux journaux québécois et est également le représentant exclusif au Québec d'INFOMART et de DIALOG, qui sont respectivement les deux plus importants serveurs de banques de données au Canada et aux États-unis. Elle est le diffuseur électronique exclusif du contenu des principaux journaux québécois et canadiens avec des partenaires comme *La Presse, Le Soleil de Québec, Le Devoir*, la revue *L'Actualité*, le magazine *Voir, le Droit d'Ottawa, les Publications Southams* etc.

Grâce à diverses ententes de collaboration, CDROM-SNi offre un guichet d'accès unique et central à plus de 3 000 banques de données en accès direct, par modem, ou sur disque optique compact (CD-ROM) touchant l'actualité, les affaires, les sciences, la santé, la médecine, l'éducation et la culture générale. Dans le domaine de l'édition, SNi s'est associée :

» à des éditeurs et des producteurs de banques de données du Québec (*La Presse, le Devoir, Le Soleil, Maclean Hunter* etc) pour offrir aux utilisateurs des CD-ROM à valeur ajoutée de langue française;

» au groupe de Presse SOUTHAM (automne 1992), permettant d'offrir un accès unique à plus de 600 sources d'information électronique canadiennes et américaines dans le domaine de l'actualité et des affaires. Ensemble, ils sont maintenant le plus important fournisseur de produits d'information et autres produits connexes sur CD-ROM sur le marché canadien.

Dans le domaine de la distribution de produits d'information, SNi s'est associée :

» à MICROMEDIA, le plus important distributeur d'information au Canada : catalogue de plus de 500 banques de données sur CD-ROM représentant des éditeurs comme UMI, SILVERPLATTER, DISCLOSURE, etc.

» à EURO-CD et à d'autres distributeurs et éditeurs européens, pour un choix varié de titres à contenu francophone et international. Depuis près de trois ans, Euro-CD diffuse le plus important catalogue de disques CD-ROM en Europe. Plus de 500 titres sont aujourd'hui disponibles dans les environnements PC, « MPC » et Macintosh. Euro-CD, par l'intermédiaire de SNi, permets aux utilisateurs québécois et canadiens l'accès à des centaines de titres européens couvrant un grand nombre de domaines d'activités allant de l'éducation et de la formation à des domaines plus spécialisés tels la médecine ou l'entreprise et les loisirs. Euro-CD est le leader européen et est présent dans 17 pays européens et dans tout le Maghreb.

Dans le domaine du génie-logiciel, SNi s'est associée :

» à CDROM Technologies pour l'utilisation de son logiciel de création et de consultation de banques de données textuelles et multimédias, pour la fabrication de ses CD-ROM et pour le développement à long terme de nouvelles technologies de diffusion de l'information. À noter que CDROM Technologie est récipiendaire d'une mention d'excellence 1992 pour l'innovation technologique de la fédération de l'informatique du Québec et partenaire du CITI (le Centre d'innovation en technologies de l'information à Laval est une entité d'Industrie Canada) pour la réalisation du projet de banques de données multimédia MEDIALOG. Elle offre également des outils logiciels et de l'expertise technique permettant à toute entreprise ou organisme de mettre sur pied et de gérer sa propre banque de données.

Outils de mise en marché

CDROM-SNi a mis au point un éventail de choix pour amener ses clients potentiels à découvrir ses produits et services : un catalogue, des sessions d'information gratuites d'une durée de 2 heures à travers le Québec, des sessions de formation d'une durée de 3 heures (50$/pers.), des sessions de formation sur mesure qui ont lieu chez les clients

(350$ plus les frais de déplacement), des visites à ses bureaux, des expositions et des essais de produits.

La société offre, par exemple, un programme de formation et de sensibilisation aux banques de données électroniques en collaboration avec la Commission d'initiatives et de développement de Montréal (CIDEM) de la Ville de Montréal, le gouvernement du Québec, le centre INFO ENTREPRENEUR de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, ainsi qu'INFORUM de Montréal. La formation porte sur la recherche et le suivi d'information d'actualité, les services d'analyses et les services d'intelligence de marché, la recherche d'informations financières et économiques ainsi que la recherche sur les produits, brevets, marques de commerce, lois et réglementation.

Les perspectives d'avenir

CDROM-SNi concentrera, d'abord, ses ressources à éditer de nouvelles banques de données sur CD-ROM avec des contenus québécois et canadiens et à offrir un point d'accès unique et central à l'information électronique d'ici et d'ailleurs. Au cours des prochaines années, elle doublera ses efforts pour favoriser l'éveil technologique et l'accès aux technologies de l'information afin de développer chez ses utilisateurs les réflexes incontournables pour affronter les défis d'aujourd'hui et de demain.

CDROM-SNi considère que le principal défi pour les prochaines années est de répondre au problème de surabondance d'information. Pour ce faire, la société a développé un nouveau produit appelé S3i. Il s'agit d'un système intégré « clé en main » de gestion électronique de l'information disponible sous forme d'abonnement comprenant équipement, logiciels et contenus. S3i comprend un serveur d'information (permettant de recevoir, de traiter et de diffuser l'information sur le réseau local ou étendu du client), des logiciels (permettant l'utilisation du système et l'administration des modes Recherche et Vigilance) et un vaste choix de sources d'information (*La Presse, le Devoir, le Globe & Mail, Southam*, etc.) ainsi qu'un service d'assistance technique à la clientèle. Ce système facilite l'accès à des contenus électroniques des plus importantes sources d'information d'ici et d'ailleurs en utilisant la puissance des micro-ordinateurs et du courrier électronique. S3i se veut une alternative moderne aux services de coupures de presse et aux modes de recherche traditionnels. S3i permet un accès à l'information, l'intelligence (modes recherche et vigilance) et l'intégration.

CDROM-SNi entend devenir le principal éditeur de produits d'information électronique au Québec en mettant l'accent sur les contenus. En 1995, la société mettra en place un serveur commercial de banques de données qui sera raccordé aux réseaux existants. Dans un contexte de surabondance et de complexité croissante de l'information, CDROM-SNi transforme la matière première qu'est l'information en produits et services à haute valeur ajoutée et tentera de s'imposer comme le guichet unique d'édition et de diffusion de l'information électronique au Québec.

Personnes-ressources

M. Yves Daoust
Vice-président, développement des affaires

M^{me} Marie-Pierre Bonnet
Directrice du marketing et du service à la clientèle

CEDROM-SNi
825, avenue Querbes, Bureau H2V 3X1
Outremont (Québec) H2V 3X1
Tél.: (514) 278-6060
Téléc. : (514) 278-5415

CAS n° 3 LES SERVICES DOCUMENTAIRES MULTIMÉDIA INC (SDM)

L'entreprise *Les Services documentaires multimédia* (SDM) s'affirme aujourd'hui comme principal producteur-serveur de bases de données documentaires de langue française au Canada. En activité depuis trente ans[9], les SDM sont spécialisés notamment dans l'informatisation des bibliothèques par la mise en valeur de son fichier-source. Sa mission première est de développer, exploiter et diffuser, sous toute forme pertinente, des bases de données adaptées aux besoins des bibliothèques et des centres documentaires des réseaux d'enseignement et des bibliothèques publiques. Sa mission élargie lui donne la possibilité d'étendre son activité à toute autre catégorie d'utilisateurs de la documentation dans le cadre de contrats particuliers.

SDM compte une bonne soixante d'employés. Le travail qui demande le plus d'effort demeure l'évaluation des livres et documents ainsi que leur classification. En effet, SDM analyse et résume chaque année :

- 19 000 livres
- 19 000 articles de périodiques
- 2 500 documents audiovisuels
- 1 000 documents de recherche en éducation au Québec
- 500 documents électroniques (logiciels et CD-ROM)

SDM gère une vingtaine de bases de données dont environ la moitié sont produites par l'entreprise elle-même que ce soit des bases multidisciplinaires (comme REPERE qui contient les articles de 300 répertoires) ou LOGIBASE qui contient les logiciels disponibles au Québec. Les autres bases de données sont produites soit par des entreprises privées (comme par exemple ESPIAL qui est une base de données portant sur les bases de données canadienne ou à contenu canadien produite par ESPIAL Production de Toronto) ou par le gouvernement du Québec (comme par exemple PUBLIQ qui regroupe toutes les publications du gouvernement du Québec ou encore COGITE qui regroupe les gîtes minéraux du Québec).

SDM offre à ses clients l'accès à plusieurs de ses bases de données soit par CD-ROM, soit par accès direct par modem (service disponible en français ou en anglais, 23 heures sur 24, sept jours par semaine) ou encore sur microfiches.

SDM offre également une vaste gamme de services connexe : recherche bibliographique, plusieurs services télématiques (nouvelles SDM, messagerie électronique), informatisation de catalogue de centres documentaires et bibliothèques, développement, gestion et diffusion de bases de données spécialisées, développement et diffusion de CD-ROM pour divers organismes, réalisation sur mesure de catalogues, de répertoires et d'index, développement des centres de documentation du réseau scolaire, service de consultation et d'expertise-conseil.

SDM a desservi quelque 2 000 clients en 1993, en particulier dans le domaine de l'éducation (71 %) et des bibliothèques publiques (25.8 %). Les clients hors Québec représentent 17 % de la clientèle de SDM.

Chaque année, SDM évalue en détail un de ses produits à l'aide d'un sondage auprès de ses clients. De plus, la gestion compile régulièrement un suivi des principales statistiques touchant les ventes, l'utilisation des différents produits et les données financières.

Les méthodes de vente et structure de tarification

Pour le service en accès direct, les clients paient des frais d'inscription annuels plus des frais de 25$ pour les mises à jour du Guide de recherche dans les bases de données de SDM. Par la suite, SDM exige des frais d'utilisation variant selon les bases de données utilisées. Ces frais sont de 35$/heure (0.58$/minute) pour le temps de recherche et de dérivation et 0.40$/notice 25$ pour les bases de données les moins dispendieuses. Les banques de données les plus dispendieuses sont environ le double de ce prix.

SDM vend également des disquettes et des bandes magnétiques, de 0.40$ à 0.85$/notice, en plus du prix des disquettes (5$/disquettes) et des bandes magnétiques (25$/bande). S'il y a des frais de programmation - par exemple pour le décodage de bandes magnétiques fournies par un centre documentaire - SDM exige 50$/heure.

SDM vend également des CD-ROM. Sont inclus dans le prix : le logiciel d'exploitation des données et deux livraisons du CD-ROM. On peut acquérir, à 25 % du coût du premier exemplaire, des copies supplémentaires pour utilisation en sites multiples. Les prix varient en fonction du CD-ROM choisi, des utilisateurs (les centres de documentation des réseaux de l'enseignement ont un rabais), de la population desservie, taille de l'organisation-mère, nombre de succursale.

SDM offre également un service de consultation en information électronique. Les tarifs pour les frais du travail professionnel, technique et de soutien sont respectivement de 70$, 40$ et 25$/heure. Finalement, SDM vend ses autres publications. Par exemple, le Guide ESPIAL des banques de données canadiennes se vend 45$.

Vision d'avenir

SDM nous est apparue comme étant une entreprise de taille moyenne qui a bien développé son créneau, à l'intérieur de son marché potentiel, qu'elle exploite bien en ayant recours aux nouvelles technologies disponibles. Elle offre un service unique en quelque sorte, mais sa principale base de clients demeure tout de même assez limité et on ne peut pas prévoir une explosion de celle-ci sur le marché intérieur.

SDM offre également un bénéfice indirect en ce sens qu'elle contribue à former une génération de femmes et d'hommes d'affaires dynamiques qui peuvent décider d'exploiter leurs propre niches sur le marché. La création de CDROM-SNi est un bel exemple de ce phénomène. Encore aujourd'hui, même si les deux entreprises sont totalement indépendantes l'une de l'autre, leurs dirigeants respectifs gardent des liens profitables aux deux entreprises.

Personnes-ressources

M. Denis Brunet
Directeur général

M^{me} Diane Dallaire Talbot
Directrice de l'Exploitation

Services documentaires Multimédia Inc.
75, rue du Port-Royal Est, bureau 300
Montréal (Québec)
H3l 3T1
Tél.: (514) 382-0895
Téléc. : (514) 384-9139

CAS n° 4 LA DUN & BRADSTREET CORPORATION

La mission de Dun & Bradstreet Canada est d'établir un partenariat actif avec ses clients en leur offrant de l'information et des services de la meilleure qualité possible pour accroître l'efficacité de leurs activités de marketing inter-entreprises, de vente et de distribution.

La Dun & Bradstreet Corporation est le principal fournisseur mondial d'information, de logiciels et de services aux entreprises leur permettant de prendre des décisions; ses recettes à l'échelle mondiale s'établissaient à plus de 4,7 milliards de dollars américains en 1993.

Parmi ses principaux produits et services figurent les services d'information en marketing (offerts par A. C. Nielson et IMS International), les services d'information en matière de gestion du risque (offerts par Dun & Bradstreet Information Services (DBIS)) et les services de Moody's Investors, les services de logiciels (offerts par Dun & Bradstreet Software, Sales Technologies et Erisco), les services d'information de répertoires (offerts par Reuben H. Erisco) et d'autres services aux entreprises (offerts par Dun & Bradstreet Plan Services, NCH Promotional Services et Dataquest).

Selon D&B, les entreprises ont recours à l'information pour prendre leurs décisions à tous les niveaux, depuis le chef d'atelier d'une petite entreprise en expansion jusqu'aux planificateurs stratégiques des grandes multinationales du monde. Dans les entreprises de demain, la traduction de l'information en décisions tactiques et stratégiques constituera le principal avantage concurrentiel. D&B estime qu'elle est particulièrement bien placée pour transformer en réalité cette vue de l'avenir. Elle continuera de mettre l'accent sur la recherche et le développement pour garantir l'accès à la technologie de pointe. D&B :

» investira en prévision de l'avenir au moyen de nouveaux produits, de l'expansion dans divers pays et d'acquisitions;

» ciblera les segments du marché à forte croissance (notamment la Russie, la Chine et l'Inde), y compris les services d'aide à la décision;

» misera sur la technologie;

» tablera sur ses principaux marchés;

» développera de manière proactive des produits avant que les clients les demandent;

» se servira de l'effet de levier que représentent l'avantage concurrentiel et les synergies de ses entreprises.

D&B fait également appel à l'acquisition des entreprises à croissance rapide des marchés complémentaires pour accroître ses recettes. Par exemple, elle a acquis une participation majoritaire dans Gartner Group Inc. en 1993, un chef de file en matière de prestation de services de recherche, d'analyse et de conseils à l'industrie de la technologie de l'information.

D&B Information Services englobe les activités de marketing inter-entreprises, d'information sur le crédit commercial, d'assurance-crédit et de gestion des comptes débiteurs aux États-Unis et au Canada. Parmi les principaux produits et services de DBIS figurent les suivants :

» Services de marketing : Les sociétés de marketing inter-entreprises font appel à D&B pour qu'elle les aide dans le domaine de la segmentation des marchés, de l'établissement de profils des clients, de la sélection de clients éventuels et de l'établissement de listes de marketing. D&B offre également des services spéciaux aux entreprises qui s'adressent au marché de l'éducation.

» Services de crédit: Les gérants du crédit comptent sur D&B pour qu'elle les aident à évaluer le risque et la possibilité de faire des affaires avec d'autres sociétés, à partir de moyens allant de rapports de base jusqu'à des systèmes personnalisés d'évaluation des risques inter-ordinateurs.

» Gestion des comptes débiteurs : D&B offre aux sociétés une gamme complète de services de gestion des comptes débiteurs.

» Gestion des achats : Les entreprises ont recours aux services de D&B pour évaluer les fournisseurs, identifier la source d'approvisionnement et déterminer les liens entre sociétés.

» Assurance-crédit aux entreprises : Les clients des États-Unis et du Canada peuvent protéger leurs entreprises contre les pertes de crédit excessives au moyen d'une assurance applicable aux comptes débiteurs d'American Credit Indemnity, filiale de DBIS, Amérique du Nord.

En outre, D&B possède Gartner Group Inc., qui, pendant plus de treize ans, a fourni des travaux de recherche et d'analyse aux dirigeants de l'industrie de la technologie de l'information. Gartner Group offre un accès électronique (en direct, sur CD-ROM et un accès électronique pour Lotus Notes), des bulletins, des services de consultation dans les domaines de la gestion-conseil, des conseils en télécommunications et des conseils aux fournisseurs.

D&B Information Services (DBIS) et D&B Software (DBS) répondent ensemble aux besoins des clients et planifient la prestation combinée d'information et de logiciels; les représentants des ventes de Donnelley utilisent l'information de DBIS dans leurs nouveaux systèmes de gestion des ventes; les représentants de DBIS incluent les produits sur CD-ROM de Moody dans leurs portefeuilles; Nielson et DBS échangent un système-expert et de transitique; Sales Technologies développe de nouveaux produits avec IMS et Neilson; IMS évalue le Nielson Solution System pour les produits de ses clients et serveurs. Le fait d'adopter les services de ses divisions soeurs permet à D&B de fournir de nouvelles capacités à ses clients et d'offrir ainsi des combinaisons d'information et de logiciels permettant d'établir une infrastructure d'information intégrée et cohérente à l'échelle de l'entreprise.

Les sociétés de D&B sont les suivantes :

IMS International, services d'études de marché, de gestion des ventes et d'information médicale et d'aide à la décision offerts à l'échelle mondiale à l'industrie pharmaceutique.

A.C. Nielson, services de marketing auprès des consommateurs, de sondages sur les cotes d'écoute à la télévision et de lecture des médias et d'aide à la décision à l'échelle mondiale.

Dun & bradstreet Information Services, services inter-entreprises de gestion du risque, d'information sur le crédit et le marketing et d'aide à la décision.

Moody's Investors Services, service d'établissement de cotes de crédit des entreprises et des gouvernements à l'échelle internationale et d'information financière et aux entreprises.

Dun & Bradstreet Software, logiciels sur les finances, les ressources humaines, la distribution, la fabrication et l'aide à la décision.

Reuben H. Donnelley, annuaires de la publicité dans les pages jaunes.

Dataquest, information d'études de marché sur la haute technologie et l'industrie lourde.

Dun & Bradstreet Health Care Information, services d'information sur les soins de santé et d'aide à la décision.

Dun & Bradstreet Plan Services, services de marketing et d'administration d'assurance-maladie de groupe.

DunsGate, systèmes perfectionnés de produits d'information électroniques et de distribution.

DunsNet, réseau de télécommunications à l'échelle mondiale.

Erisco, logiciels et services pour l'administration des soins de santé.

Gartner Group, services de recherche, d'analyse et de consultation pour les utilisateurs et fournisseurs de technologie de l'information, de systèmes et de logiciels.

Interactive Data, information et logiciels ayant trait aux valeurs mobilières.

NCH Promotional Services, services de remboursement, de traitement et de gestion de coupons-rabais.

Sales Technologies, logiciels et services se rapportant au personnel de vente.

La plupart des publications de D&B Canada font l'objet d'un accord de location. Par exemple, la majorité de ses abonnés renouvellent leur abonnement tous les ans.

Droits d'auteur

L'information contenue dans les publications de D&B appartiennent à D&B Canada et à D&B Corporation. La vente ou la fourniture de cette information à des tiers contre un bénéfice viole l'entente contractuelle en vertu de laquelle le répertoire est fourni à l'abonné. Il s'agit également d'une violation de la loi fédérale sur le droit d'auteur.

D&B a mis au point une base de données principale dont elle se sert pour publier des bases de données secondaires comme Dun's Directory of Services Companies, ouvrage de référence sur les entreprises qui présente des données exhaustives sur environ 15 000 entreprises du secteur des services (d'après les codes 07, 47, 60-89 de la CTI des États-Unis). Des sections de renvois où figurent des listes alphabétiques, géographiques et industrielles y figurent. Les principaux répertoires sont les suivants :

» **Canadian Key Business Directory**, publication contenant des données détaillées sur plus de 20 000 entreprises canadiennes. On y trouve le nom et l'adresse complets de la société, le numéro de téléphone, le secteur d'activité, le nombre d'employés, le chiffre d'affaires annuel ainsi que le nom et les titres des dirigeants de chaque société recensée.

» **Guide to Canadian Manufacturers**, porte sur plus de 10 000 fabricants canadiens. On y trouve des données exhaustives sur le secteur d'activité, les matières premières achetées, les machines utilisées pour la production, les produits

fabriqués et le nombre d'employés ainsi que le nom et le titre des cadres supérieurs.

» **Principal International Business**, répertoire international contenant des données sur 55 000 entreprises importantes de 133 pays. Les entreprises sont classées selon le pays, la classification des industries et, par ordre alphabétique, leur nom.

» **Million Dollar Directory** est une source exhaustive sur les 50 000 principales sociétés des États-Unis.

» **Dun's Business Locator** est une liste alphabétique de plus de 700 000 sociétés canadiennes sur CD-ROM. On y trouve l'emplacement et l'identification de la société, et le répertoire est mis à jour deux fois par année.

Base de données de D&B sur les entreprises à l'échelle mondiale :

» Au Canada, plus de 700 000 entreprises sont inscrites.
» Aux États-Unis, plus de 7 700 000 entreprises sont inscrites.
» En Europe, plus de 1 850 000 entreprises sont inscrites.

D&B a des bureaux dans 29 pays, y compris 10 bureaux régionaux au Canada et 43 bureaux régionaux aux États-Unis. Elle offre un accès direct à des milliers de bases de données au moyen de plusieurs passerelles.

Évaluation et rétroaction des clients

D&B a mis au point son propre savoir-faire en matière de recherche. L'unité des services d'information aux entreprises offre à ses clients une installation de recherche complète capable de mener à bien un projet, depuis sa conception initiale, en passant par l'élaboration des questionnaires et des prétests, jusqu'à la collecte, au traitement, à l'analyse et à la présentation des données. L'équipe de recherche de D&B pourrait entreprendre des projets de collecte de données primaires et secondaires. D&B fait largement appel à son savoir-faire en matière de recherche pour évaluer les besoins de ses clients et leur satisfaction. Elle mène des enquêtes sur la satisfaction des clients, organise des séances de groupes de discussion sur les besoins des clients ainsi que les produits et services nouveaux. Elle procède également à une étude d'érosion tous les 6 mois pour déterminer la perte de clients et effectue des enquêtes approfondies auprès de ses représentants des ventes. Dans l'ensemble, environ 20 % des ressources du département d'études de marché (de 6 à 8 employés à temps plein) servent à des fins internes.

Perspectives d'avenir

L'entrée de D&B en Inde constitue l'exemple le plus récent de l'expansion dynamique de la société dans les nouveaux marchés de l'Asie, de l'Europe de l'Est et de la Russie. Un des défis que doit relever la société lorsqu'elle pénètre un nouveau marché consiste à s'adapter à une nouvelle culture et à un nouvel environnement de l'entreprise. Il s'agit aussi d'une occasion de jeter un regard nouveau sur ses pratiques, car il n'y existe pas de pratiques, de bureaucratie ou de murs historiques établis.

D&B veut stimuler la demande de services d'information par l'innovation.

D&B a créé Nielson Marketing Research North America, qui permet à ses clients de jeter un regard nouveau sur leur performance concernant toutes les marques et catégories de leurs produits et leur donne la liberté nouvelle de répondre immédiatement à l'évolution des conditions et des débouchés. Nielson Solution System (NSS) intègre toute l'information de Nielson Marketing sur le commerce de détail, la promotion, les médias et les ménages en une seule base de données. Le puissant logiciel pour ordinateur de bureau de Nielson, le Nielson Workstation 4.0, viendra compléter NSS.

Personnes-ressources

M^me^ Christine Daley
Directrice de la recherche
Dun & Bradstreet Canada
1420, Place Blair, pièce 702
Gloucester (Ontario) K1J 9L8
Tél.: (613) 746-1221
Téléc.: (613) 746-1221 @

M. David Currie
Représentant de la clientèle
Business Information Services
1420, Place Blair, pièce 702
Gloucester (Ontario) K1J 9L8
Tél.: (613) 746-7090
Téléc.: (613) 746-1221

CAS n° 5 MICROMEDIA LIMITED

Micromedia Limited a été créée en 1972 par suite de l'avènement de la technologie de la microforme en tant que moyen de publication, et non uniquement de technologie d'archivage. Avec la prolifération des ordinateurs personnels, Micromedia utilise les techniques informatiques pour indexer et analyser l'information recueillie sur microfilms. En outre, les systèmes en direct et les CD-ROM ont permis à Micromedia d'intégrer une fonction de recherche et d'analyse à l'information stockée et extraite. Les effectifs de Micromedia se sont accrus; elle compte de 125 à 150 employés et a des bureaux à Toronto, Ottawa/Hull et Montréal.

Micromedia offre plus de 700 collections canadiennes en microforme et représente University Microfilms International, le plus important microéditeur de collections du monde pour Canadian Business Index et Canadian News Index, qui sont regroupés dans la base de données Canadian Business and Current Affairs (CBCA). Micromedia publie également tous les ans des ouvrages de référence clés, dont le Répertoire des associations du Canada, l'Annuaire des bibliothèques canadiennes et Access Canada: répertoire des sources d'information canadiennes de Micromedia. Micromedia est un distributeur d'Infomart sur disque compact de Southam (depuis 1994, Dialog est le distributeur canadien des produits électroniques publiés par Dialog et de ceux publiés sur les marchés commerciaux et gouvernementaux par Southam sous le nom commercial Infomart). Ces services comprennent des bases de données en direct, des CD-ROM et la surveillance des reportages des médias.

Micromedia offre un réseau d'accès à guichet unique à l'information essentielle, en direct, imprimée, sous microforme, sur CD-ROM ou sous forme de liste de distribution. La base de données ProFile Canada fournit de l'information à facettes multiples sur les 25 000 principales sociétés et organisations du secteur public du Canada. CanCorp offre non seulement des rapports annuels en texte intégral et des documents de classement uniforme sur les grandes transactions, mais également des extraits contenant des données financières et de gestion détaillées et à jour sur plus de 700 sociétés canadiennes des secteurs public et privé. Le CD Centre de Micromedia est le distributeur de plus de 200 titres sur CD-ROM de 20 éditeurs, et Kompass Canada est la succursale canadienne du réseau d'information aux entreprises de Kompass International dans 94 pays.

Micromedia offre à ses clients la collection CanCorp. Laser Canada permet un accès instantané à des milliers de documents de sociétés ouvertes au Canada. Il s'agit d'un produit sur ordinateur personnel utilisant la technologie du CD-ROM pour stocker et extraire de l'information essentielle sur les sociétés provenant de la collection de CanCorp, comme les rapports annuels, les prospectus, les états provisoires, des communiqués de presse comprenant tous les graphiques, diagrammes, photographies et signatures. CanCorp sur CD-Rom donne des détails sur les sociétés, y compris des données sur les ratios financiers, l'exploitation et le rendement des actions pour plus de

8 000 sociétés canadiennes. Il convient de noter que la base de données CanCorp est disponible en direct par l'entremise de plusieurs fournisseurs, dont Dialog, Infomart, Mead et Bridge. Micromedia offre également un service de surveillance qui surveille une société en particulier ou un groupe de sociétés et envoie les documents au client à mesure qu'ils sont rendus publics.

L'abonnement annuel, qui comprend les états financiers annuels et provisoires, le dépôt du prospectus et divers frais de classement, s'établit à 29 000 $. L'abonnement couvre les livraisons hebdomadaires (sur CD-ROM) fondées sur l'année civile. CanCorp est également disponible sur papier, microfiche et en direct. Il est possible de commander un seul document pour éviter les frais d'abonnement. Par exemple, une copie papier d'un rapport annuel coûte 39 $.

Les données de CanCorp proviennent d'organismes de réglementation et de bourses d'Amérique du Nord : Commission des valeurs mobilières de l'Ontario, U.S Securities and Exchange Commission, Bourse de Montréal, Bourse de Vancouver et Industrie Canada (auparavant Consommation et Affaires commerciales Canada).

Personne-ressource

M. Robert Gibson
Président

Micromedia Limited
20, rue Victoria
Toronto (Ontario)
M5C 2N8
Tél.: (416) 362-5211, poste 2001
Sans frais 1-800-387-2689
Téléc. : (416) 362 6161

CAS n° 6 SOUTHAM ELECTRONIC PUBLISHING - INFOMART

Southam Electronic Publishing est la source la plus exhaustive de nouvelles et d'information aux entreprises du Canada sous forme électronique; la société publie des données d'un océan à l'autre provenant des principaux éditeurs, radiodiffuseurs et câblodistributeurs. Southam Electronic Publishing répond aux besoins individuels en offrant cette information selon diverses possibilités de prestation, dont Infomart, Online, services de coupures de presse CustomSearch, Infomart sur disque compact et Infomart Broadcast pour satellite de nouvelles sur support électronique.

Ses principaux produits et services sont les suivants :

Infomart online : bibliothèque exhaustive en texte intégral de nouvelles canadiennes et d'information aux entreprises avec passerelle internationale sur Data Times/Dow Jones News Retrieval et FT/Profile au Royaume-Uni. La base de données CanCorp est disponible en direct (voir la section sur Micromedia).

Infomart on Demand : Services de recherche professionnelle sur demande.

Infomart Customsearch : Service électronique de coupures de presse qui offre de l'information personnalisée à votre réseau local interne, un service de courrier électronique ou un service d'information à la direction.

Infomart Broadcast : Distribution par satellite de nouvelles d'Infomart en Amérique du Nord. Le service est distribué par des fournisseurs de logiciels de filtrage des nouvelles.

Infomart on CD : La source la plus exhaustive de nouvelles canadiennes et d'information aux entreprises sur CD-ROM. Disponible dans différentes combinaisons sur des plates-formes Windows, DOS et Macintosh.

Créneaux des produits et services :

Information inter-entreprises, édition sur CD-ROM, information aux consommateurs, téléservices aux consommateurs, production et publication de bases de données, information électronique, coupures de presse électroniques, éditique, extraction de texte électronique, bases de données en direct, édition, impression et support électronique.

Évaluation des besoins des clients

Afin d'évaluer les besoins des clients, la société fait appel à des séances de groupes de discussion et à des enquêtes spéciales. En outre, elle assure le suivi de l'information détaillée mensuelle sur l'utilisation (en heures) et les recettes de chaque base de

données et des services. Elle assure le suivi du nombre de documents affichés, des recettes par région, des recettes selon les marchés, du nombre de clients selon les genres de marchés, du nombre de clients par région géographique. Elle analyse également les frais d'administration annuels et suit les 60 principaux clients qui comptent pour 70 % des recettes.

Personne-ressource

M. L. Huw Morgan
Président
Infomart Dialog Limited
1450 Don Mills Road
Don Mills (Ontario)
M3B 2X7
Tél.: (416) 442-2234
Téléc. : (416) 445-3508

Annexe 2

Guide d'entrevue - Études de cas

La Direction générale de l'information stratégique (DGIS) d'Industrie Canada (IC) a demandé à la Direction générale des conseils en gestion de l'aider à mener une étude spéciale sur l'industrie de l'information au Canada.

Il incombe à la Direction générale de l'information stratégique de coordonner les activités d'Industrie Canada en matière d'information stratégique pour que les entreprises canadiennes aient accès à des produits internationaux de catégorie mondiale. Cela pourrait se faire dans le cadre d'alliances avec le secteur privé et de partenariats avec d'autres ministères.

La DGIS veut s'assurer que les entreprises canadiennes ont accès à de l'information à jour et structurée sur l'environnement de l'entreprise, les activités des entreprises, la technologie, les marchés et la réglementation. Industrie Canada établit une stratégie globale qui s'applique à ses activités en tant que fournisseur de produits d'information à ses clients externes. Industrie Canada veut fournir aux PME des produits d'information dont elles ont besoin et qu'elles ne peuvent obtenir ailleurs.

Dans le cadre de la présente étude, nous effectuons des études de cas sur un certain nombre d'organisations des secteurs privé et public pour déterminer les meilleures pratiques et des approches nouvelles qui pourraient aider la Direction générale de l'information stratégique d'Industrie Canada à atteindre ses objectifs.

1. Pouvez-vous d'abord me donner un aperçu de votre organisation (taille, effectifs, recettes, âge) et m'en faire l'historique ? Quel est le rôle de votre unité au sein de votre organisation et de vos sociétés soeurs (Précisions : leur rôle concernant la gestion de l'information au sein de l'organisation).

2. Pouvez-vous me dire plus précisément quel est votre secteur d'activité ? Où se situerait, selon vous, votre entreprise dans la chaîne de l'industrie de l'information ? (Précisions : service d'édition électronique offert aux fournisseurs de renseignements; services de nouvelles générales, services de bases de données, fournisseurs de valeur ajoutée; service hôte\fournisseur de bases de données, producteur de bases de données\fournisseur d'information, courtier en information\services de passerelle (Council of the European Information Industry Association et la Commission des communautés européennes)). Quel genre d'information fournissez-vous à vos clients ? Qui sont vos clients ? Comment mettez-vous l'information à leur disposition ? Sous quelle forme obtenez-vous les recettes ? (Précisions : par exemple, sont-elles basées sur des frais fixes, une cotisation, le nombre de demandes de renseignements, etc.) ?

3. Pouvez-vous me dire quelles sont les principales sources d'information que vous utilisez pour établir votre base d'information ? Comment recueillez-vous et transformez-vous l'information brute ?

4. Comment évaluez-vous les besoins des clients afin de fournir le bon genre d'information et de services ? À votre avis, quelles sont les caractéristiques clés de vos produits qui les rendent attrayants ? Que recherchent vos clients ?

5. Avez-vous mis en place des mécanismes officiels ou officieux de rétroaction ou d'évaluation ? Comment savez-vous si vos clients sont satisfaits ? Comment abordez-vous la continuité et l'image de marque de votre société ? Quel genre de données recueillez-vous en permanence pour évaluer l'efficacité ?

6. À votre avis, quelles sont les principales questions auxquelles votre organisation fait face aujourd'hui ? (Précisions : le droit d'auteur, le commerce de détail, la gestion des licences, la compétitivité, la concurrence internationale). Quelles sont les principales questions auxquelles votre industrie fait face aujourd'hui ?

7. Selon vous, quel devrait être le rôle joué par l'État dans le domaine de l'information stratégique aux entreprises ? (Précisions : information stratégique : information à laquelle les entreprises accordent de la valeur).

1 . Davidson, William et Hubert Ronald, (Meta Research), (1994), *A telecompetitiveness Infrostructure: Enabling a New Future for Canada*, étude indépendante parrainée par Northern Telecom et non publiée.

2 . DRI/McGraw Hill (1993), « *The Future Contribution of Telecommunications to the Five-State Ameritech Region* ». Selon l'étude, entre 1977 et 1982, les exportations des États-Unis se sont accrues de plus de 50 milliards de dollars américains par suite de l'accroissement de la compétitivité résultant des améliorations de l'infrastructure des télécommunications (p. 1-2).

3 . Lynch, Kevin, *Interface - Bulletin de la gestion de l'information et des services locaux*, Industrie Canada, automne 1994, page 3. Kevin Lynch est sous-ministre délégué d'Industrie Canada.

4 . Peek P. Robin, *Journal of the American Society for Information Science*, décembre, page 732.

5 . Pour une discussion approfondie sur la nature économique de l'industrie du contenu informatif, voir U.S. Department of commerce, (1981) « *Issues In Information Policy* », plus particulièrement la deuxième section: efficacité économique et équité.

6 . Lynch, Clifford A., (1994), *Journal of the American Society for Information Science*, december, pages 737 et 738.

7 . U. S. Department of Commerce, « *Putting the Information Infrastructure to Work: Report of the Information Committee on Application and Technology* , ISBN 0-16-043188-3, p. 102

8 . « *Discours du trône* », 18 janvier 1994, p. 2

9 . En 1964, a été créée la Centrale de catalogage pour répondre aux besoins des collèges classiques en matière de documentation. En 1966, elle devient la Centrale des bibliothèques pour devenir une entreprise à but non lucratif en 1982 après s'être informatisée l'année précédente. La raison sociale de la Centrale des bibliothèques est modifiée pour Services documentaires multimédias (SDM) inc. en 1988, qui correspond davantage à la réalité de ses activités.