



Les lettres: élément moteur du système d'information des PME-PMI

Carine Dou Goarin, Eric Giraud

► To cite this version:

Carine Dou Goarin, Eric Giraud. Les lettres: élément moteur du système d'information des PME-PMI. Humanisme et entreprise, 1997, 225, pp.49-59. <hal-03861874>

HAL Id: hal-03861874

<https://hal.science/hal-03861874v1>

Submitted on 20 Nov 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Les lettres : élément moteur du système d'information des PME-PMI

par
Carine DOU
et
Eric GIRAUD
CRRM*

I. Positionnement du problème : besoin d'information des PME-PMI

La société est en train d'évoluer d'une ère d'industrialisation vers une ère de l'information. Ceci a pour conséquence directe que les entreprises ne doivent plus négliger l'information sous peine de perte des parts de marché, ou de voir leurs concurrents innover sans aucune réaction possible ou trop tardive.

Un bon stockage et une bonne gestion de l'information sont nécessaires aujourd'hui pour prospérer ou seulement survivre dans une société où tous les marchés deviennent des oligopoles, c'est-à-dire des marchés où la concurrence est accrue et le nombre d'entreprises entrant sur le marché est en perpétuelle évolution. Il est donc primordial que l'entreprise, grâce à la collecte et au traitement de l'information, se confère un avantage concurrentiel par rapport aux autres entreprises.

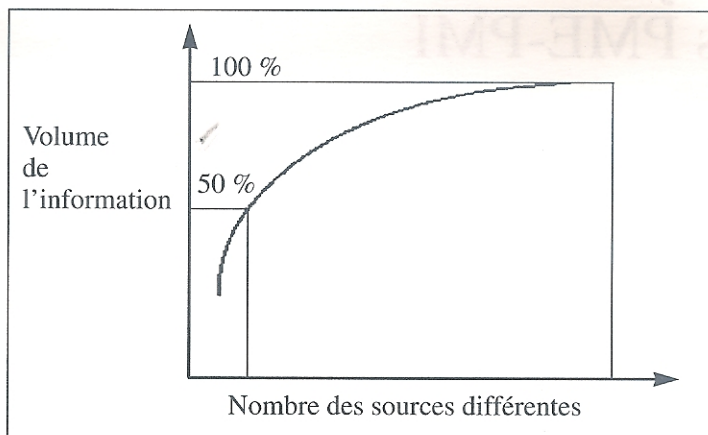
Mais, vouloir maîtriser la totalité des informations serait beaucoup trop coûteux, trop long, donc totalement utopique. Les sources d'information sont caractérisées par une répartition en courbe de Zipf [1], c'est-à-dire que le noyau dur de l'information (environ 50 %) a un accès facile, mais pour connaître l'ensemble des informations, l'effort à fournir a un mauvais rapport qualité-prix au regard de la multiplicité des sources d'information.

Le cœur de l'information est connu par toutes les entreprises, il faut donc, sans pour autant en acquérir la totalité, se procurer des

(*) CRRM - Centre de Recherche Rétrospective de Marseille, Université Aix-Marseille III, 13397 Marseille Cedex 20.

informations qui conféreront à l'entreprise un avantage concurrentiel. Ce type d'information est qualifié selon les spécialistes du domaine, de critique, fatale ou stratégique.

FIGURE 1
Répartition des sources d'information



C'est ce type d'information qui doit être intégré dans le système de prise de décision.

Cette recherche d'information découle naturellement du processus de veille technologique qui se situe dans la mouvance de l'observation des divers environnements de l'entreprise.

La veille technologique est un outil d'anticipation du marché. Une bonne connaissance de l'évolution des technologies et des entreprises concurrentes (dépôt de brevets, pays d'exportation...), constituent une approche efficace pour connaître le marché dans lequel l'entreprise veut évoluer. Ces informations permettront de cerner le degré de menace auquel l'entreprise sera soumise (cf. figure 2).

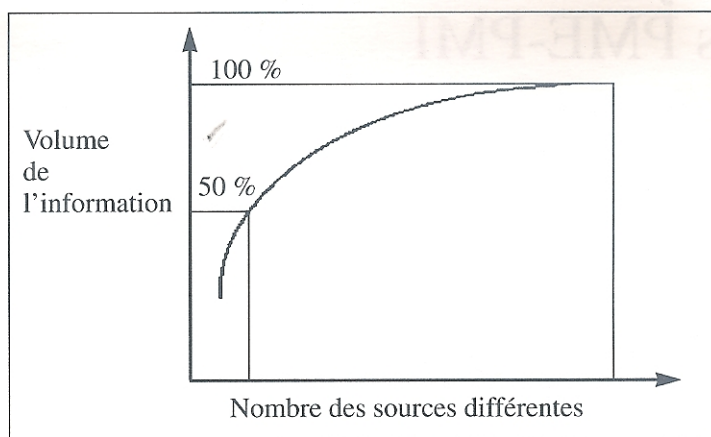
C'est grâce à l'ensemble de ces paramètres que les nouvelles stratégies de l'entreprise devront être établies.

Selon où se situe le marché dans son évolution, les stratégies seront différentes : se diversifier, innover, exporter, vente ou achat de technologie...

En ce qui concerne l'information en tant que telle, la multiplicité de ses sources et de ses supports font que seuls les spécialistes peuvent effectuer une collecte efficace et un traitement efficient utilisant des outils informatiques performants (logiciels bibliométriques par exemple : Dataview [2]).

informations qui conféreront à l'entreprise un avantage concurrentiel. Ce type d'information est qualifié selon les spécialistes du domaine, de critique, fatale ou stratégique.

FIGURE 1
Répartition des sources d'information



C'est ce type d'information qui doit être intégré dans le système de prise de décision.

Cette recherche d'information découle naturellement du processus de veille technologique qui se situe dans la mouvance de l'observation des divers environnements de l'entreprise.

La veille technologique est un outil d'anticipation du marché. Une bonne connaissance de l'évolution des technologies et des entreprises concurrentes (dépôt de brevets, pays d'exportation...), constituent une approche efficace pour connaître le marché dans lequel l'entreprise veut évoluer. Ces informations permettront de cerner le degré de menace auquel l'entreprise sera soumise (cf. figure 2).

C'est grâce à l'ensemble de ces paramètres que les nouvelles stratégies de l'entreprise devront être établies.

Selon où se situe le marché dans son évolution, les stratégies seront différentes : se diversifier, innover, exporter, vente ou achat de technologie...

En ce qui concerne l'information en tant que telle, la multiplicité de ses sources et de ses supports font que seuls les spécialistes peuvent effectuer une collecte efficace et un traitement efficient utilisant des outils informatiques performants (logiciels bibliométriques par exemple : Dataview [2]).

Tous ces types d'informations ne sont bien évidemment pas exhaustifs, mais une entreprise qui possède un système d'information avec toutes ces sources aura déjà un avantage significatif par rapport à celles qui ne savent pas gérer l'information ou pire qui n'ont pas conscience de l'importance de l'information aujourd'hui. Cette dernière constatation semble alarmiste, mais la plupart des PME-PMI ne font pas cas de l'importance de l'information, elles ont d'ailleurs un processus de prise de décision extrêmement réducteur et aucun système d'information réellement efficace.

Pourtant, il existe des types d'information qui leur seraient très bien adaptés.

“Les PME et les PMI constituent l'ossature du tissu régional et sont la principale source d'emploi” [3], il ne faut donc pas négliger ce type d'entreprises et les aider à exploiter une information qui leur serait utile. Par information utile, il faut comprendre information permettant aux PME-PMI d'anticiper le marché afin d'agir en conséquence.

Il faut donc collecter l'information nécessaire pour déceler les opportunités. Une opportunité peut se traduire par l'acquisition d'un marché : l'entreprise qui décèlera avant les autres un appel d'offre, aura le maximum de chance de signer le contrat.

Les PME-PMI ont donc besoin de sources d'information de ce type leur permettant de faire valoir leurs atouts de proximité et de bonnes connaissances du terrain face à des entreprises nationales, voire multinationales [4].

Les *lettres d'information* sont la source d'information idéale pour cette recherche d'opportunités.

II. Les lettres : source d'information idéale pour les PME-PMI

Les lettres d'information se présentent généralement sous la forme de quelques pages. Elles pourraient être intégrées dans le tableau 1 (complexité de l'information) à tous les niveaux. En effet, les lettres peuvent être publiques, privées, internes ou externes et évoquer des sujets aussi divers les uns des autres.

Une bonne connaissance de ces lettres pourrait permettre à l'entreprise de faire un effort minimal de collecte, et l'information étant condensée, un effort minimal de gestion. Il est évident que ces lettres ne peuvent pas se substituer à un système d'information, mais une entreprise de quelques personnes, au regard de la conjoncture actuelle, ne peut se permettre d'investir la quantité d'argent nécessaire à l'élaboration et à la maintenance d'une cellule d'information.

Une analyse d'un échantillon de lettres est nécessaire pour avoir un panel le plus représentatif possible. De cette analyse, il sera possible de savoir à quel type de lettres une entreprise devra s'abonner ou simplement demander (abonnement gratuit). Cela sera fonction du marché dans lequel l'entreprise évolue, mais il sera possible de généraliser cette analyse.

Pour se faire, une base de données a été constituée sous Idealist [5]. Elle recense plus de 120 lettres et certains champs ont été analysés pour avoir une vue d'ensemble des lettres.

La figure 3 montre un exemple de référence de la base ainsi créée.

FIGURE 3
Exemple de référence de la base créée sous Idealist

Blackwell Idealist - [c:\idealist\lettre.tex]	
Fichier Edition Affiche Recherche Champ Enregistrement Fenêtre	
Titre	Sud Infos
Sujet	Lettre hebdomadaire d'information des décideurs
Année	1996
Numéro	157-163
Articles	66
Nb_Pages	12
Px_Abonnem	2950
Fréquence	hebdomadaire
Organisme	Sud Reporter
Localisation	Marseille
E-Mail	sudinfos@gulliver.fr
Type	privée

Les champs "Année" et "Numéro" permettent de savoir quels numéros sont répertoriés dans la base.

Le champ "Articles" permet d'être renseigné sur le nombre d'informations présentes dans chaque lettre.

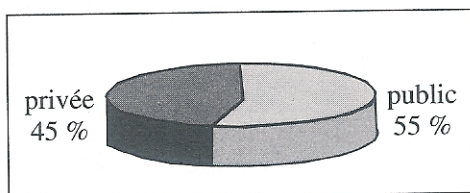
Le champ "Type" permet de distinguer les lettres provenant d'organismes publics ou d'entreprises privées.

Le premier résultat intéressant ressortant de la base est que plus de la moitié des lettres sont émises par des organismes publics (cf. figure 3). En effet, la plupart des Ministères, Ambassades, Régions, Départements, Technopôles ont leur propre lettre d'information. Ces lettres sont extrêmement utiles et peuvent apporter des

informations primordiales à une entreprise quel que soit le secteur d'activité dans lequel elle évolue.

Ces informations concernent les prises de position et les changements d'objectifs de l'Etat dans les secteurs d'activité-clé, les nouvelles alliances avec les pays étrangers, les nouvelles aides financières...

FIGURE 4
Type des lettres



En ce qui concerne les lettres privées, elles sont essentiellement de deux types :

- Soit elles sont internes à l'entreprise et comportent donc des informations personnelles du type : changements de directeurs, recherche et développement, nouveaux produits, perspectives d'avenir...

Dans ce cas, elles sont intéressantes à partir du moment où elles concernent l'entreprise concurrente. Il est évident que certaines ne sont pas commercialisées ; une stratégie de collecte va donc être nécessaire.

- Soit elles sont émises par des sociétés spécialisées dans le domaine de l'information et du renseignement. Dans ce cas, l'information a une très grande valeur ajoutée. Il est évident que le prix de l'abonnement est conséquent.

Ces deux types de lettres sont complètement différents, puisque l'une est à but informationnel, et l'autre à but lucratif. Mais leur disparité les rendent complémentaires.

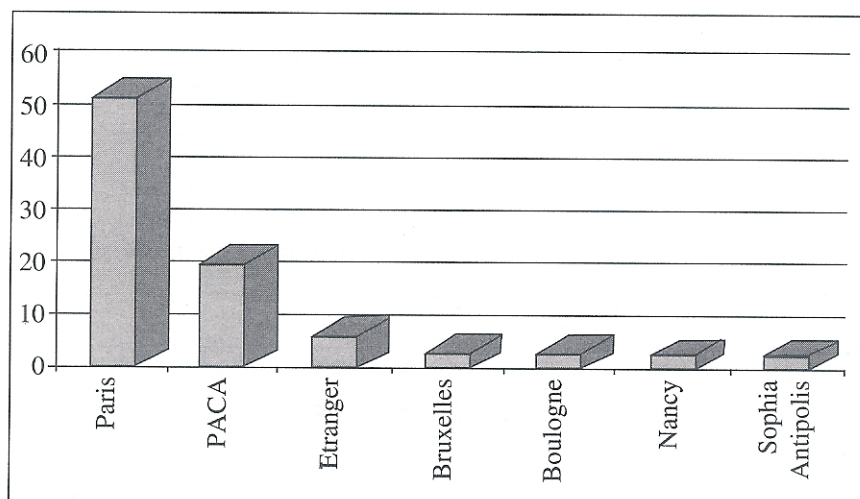
Cette étude a été réalisée dans la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. La localisation des lettres régionales et départementales sont donc fonction de la localisation de l'entreprise. De cette figure, il faut retenir que la majorité des lettres sont conçues à Paris. Cela est dû à deux états de faits : la centralisation des entreprises et la centralisation de l'Etat.

La figure 5 décrit la localisation des différentes lettres.

Les lettres de PACA sont issues des entités publiques installées dans la région. Seules quelques sociétés, telle que Sud Reporter, éditent des lettres d'information concernant exclusivement des informations régionales à haute valeur ajoutée.

Les lettres localisées à Bruxelles concernent la Communauté Européenne, c'est-à-dire les nouvelles réformes, les nouvelles lois, et les nouveaux axes de recherches. Il est évident que ces lettres sont essentielles à partir du moment où l'entreprise commercialise ses produits ou services dans la CE, ou qu'elle a l'intention de le faire.

FIGURE 5
Localisation des lettres



Que les lettres soient de type public ou privé, leurs localisations ne changent pas. C'est la même configuration.

De plus, il ne faut pas négliger la périodicité des lettres pour connaître la "fraîcheur" de l'information qu'elles contiennent. Les lettres bimensuelles et mensuelles sont les plus fréquentes (cf. figure 6). L'information a une durée de vie qui varie selon son type, mais il est possible d'affirmer qu'une périodicité de quinze jours est un bon compromis entre sa fraîcheur et le fait qu'il ne faut pas submerger l'entreprise d'informations, car cela pourrait entraîner une perte de temps trop importante, voire une ignorance de ces lettres.

La périodicité peut être couplée avec le prix de l'abonnement, mais le résultat de cette analyse est sans surprise. Les abonnements les plus chers sont ceux dont la périodicité est la plus grande : quotidienne.

FIGURE 6
Périodicité des lettres

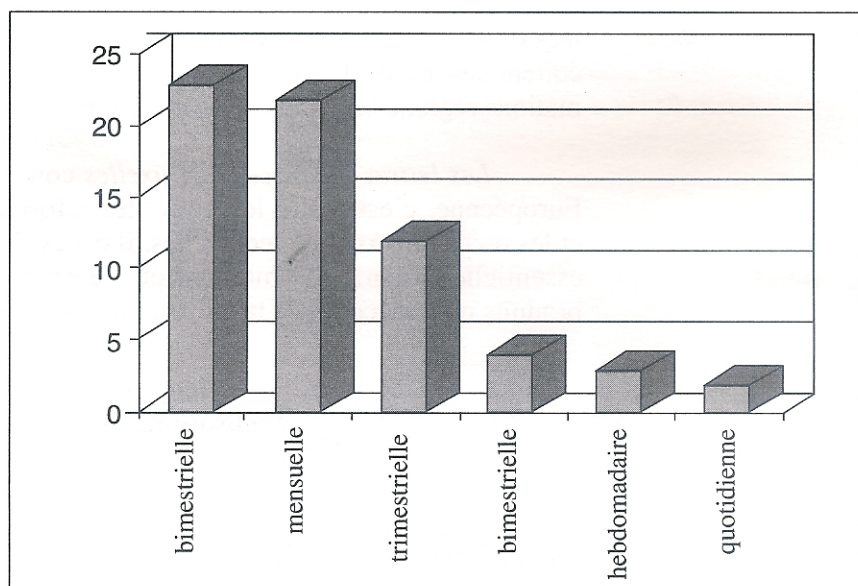


TABLEAU 2
Différentes classes de prix en francs

CLASSE 1	0
CLASSE 2	0-1000
CLASSE 3	1000-2000
CLASSE 4	2000-2500
CLASSE 5	2500-3500
CLASSE 6	3500-6000
CLASSE 7	+ 6000

En ce qui concerne l'abonnement, la disparité des prix est due en un premier lieu au type de lettres. Les lettres publiques sont beaucoup moins chères, voire gratuites, alors que les lettres privées sont moins abordables. Cette différence de prix est due à deux principaux phénomènes.

Voir figures 6, 7 et 8.

En un premier lieu, les coûts de production des lettres publiques ne sont pas supportés par le consommateur via son abonnement.

FIGURE 7
Classe de prix des lettres publiques

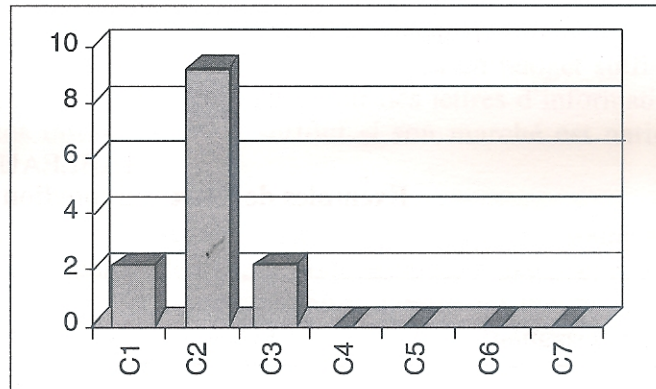
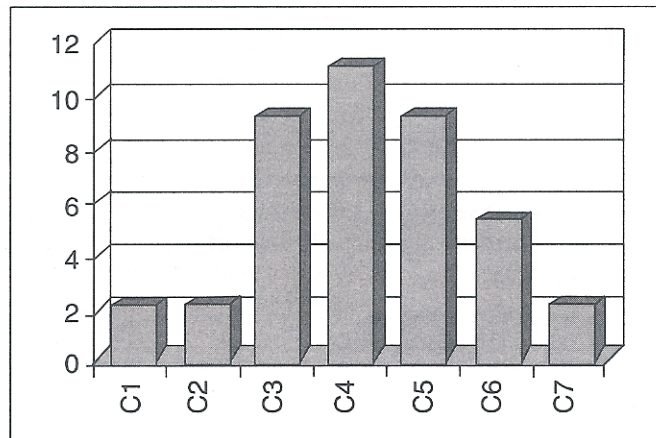


FIGURE 8
Classe de prix des lettres privées



De plus, les lettres privées ont une information à haute valeur ajoutée. C'est cette plus-value que l'abonné paye : une information condensée, rapide à lire, facile à stocker.

Il s'ensuit la réflexion suivante : Une entreprise doit faire le rapport entre le temps disponible à la lecture de ses informations, le budget dont elle dispose, le type de renseignements dont elle a besoin, afin de choisir les lettres auxquelles elle désire être abonnée.

III. Exemple de Système d'Information basé sur les Lettres

Pour compléter efficacement cette analyse, une typologie générale des lettres dans une entreprise montre qu'elle couvre une grande partie des informations dont une PME-PMI a besoin. Il est évident que ses besoins varient en fonction du domaine dans lequel elle évolue et de ce qu'elle produit.

Le budget alloué à cette source d'information est considéré comme modeste, une PME-PMI ne possédant pas les ressources nécessaires pour avoir un système d'information très élaboré (voir tableau 3).

TABEAU 3
Exemples de lettres en fonction du type d'information

Type d'information	Lettres	Exemples de lettres	Prix TTC
Informations générales concernant la région	- Lettre d'informations régionales (informations synthétiques)	- <u>Sud Info</u>	2 950
Informations concernant son domaine d'activité	- Lettre de son organisation professionnelle	- <u>Industries de Procédés : Chimie/parachimie, Plasturgie</u> : Organisations Professionnelles Régionales des Industries de la Chimie, de la Parachimie	0
Informations concernant ses principaux clients (grandes entreprises ou organismes publics)	- Lettre interne à sa clientèle d'entreprises - Lettre des ministères ou autres qui sont clients	- <u>Actions</u> : Lettre aux Actionnaires d'Alcatel Alsthom - <u>Contact</u> : Journal interne du Ministère de l'Environnement	0 0
Informations concernant les pays où l'entreprise exporte	- Lettre des ambassades - Lettre de la Communauté Européenne	- <u>La lettre de Washington</u> : Service de l'Expansion Economique aux Etats-Unis (Ministère de l'Economie des finances et du plan). - <u>Euro-Info</u> : commission des Communautés Européennes	800 0
Informations concernant la zone dans laquelle l'entreprise se situe	- Lettre de Technopôle ou de zone industrielle	- <u>Le journal de la Pépinière d'entreprises</u> : (Institut Méditerranéen de Technologie)	0
TOTAL			3 750
Informations générales synthétisées (internationales)	- Lettres concernant : Stratégies, renseignements évaluation des risques	- <u>Le monde du Renseignement</u>	3 350
TOTAL			7 100

Pour une somme modeste, l'entreprise peut avoir non pas un système d'information élaboré, mais un système d'information complet, avec des informations succinctes et variées.

Dans le cas où l'entreprise n'a pas un budget suffisant, elle peut se permettre de ne pas recevoir des lettres d'informations synthétiques internationales, surtout si son marché est national, ou régional.

De plus, il est important de signaler que les sources d'information que sont les lettres, ne sont référencées dans aucune base de données. Cela peut donc apparaître comme un inconvénient en ce qui concerne la collecte de l'information et l'identification des sources, mais une fois cette étape franchie, l'entreprise sera une des seules à en disposer. L'avantage comparatif est évident, dans la mesure où l'information contenue dans les lettres est fiable et récente.

IV. Bibliographie

[1] ZIPF G.K. - *"Human behavior and the principle of the least effort"*, Addison Wesley, 1949.

[2] *"Dataview, logiciel bibliométrique d'aide à l'élaboration d'indicateurs de tendances"*, CRRM.

[3] DOU H. - *"Veille Technologique et Compétitivité"*, Dunod, 1995.

[4] *"Analyse des cas concrets d'innovation dans les PME-PMI : Problématiques et discussions"*, Thèse de Christophe RETOURNA, 1995.

[5] *"Idealist de Blackwell"*, manuel Technique.

Tous les titres des lettres sont téléchargeables directement d'Internet en format PDF :

<http://crrm.univ-mrs.fr/>