

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
*ECOLE NATIONALE SUPERIEURE D'ADMINISTRATION -ET DE GESTION*

MEMOIRE

POUR L'OBTENTION DU DIPLOME DE POST-GRADUATION SPECIALISEE

OPTION: GESTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

THEME

LE MARCHÉ DE L'INFORMATION:  
« LE CAS ALGERIEN »

PRESENTE PAR:

DJELOUAH Abdelhamid

PROMOTEUR:

ABDOUN Abdelkrim

Enseignant Chercheur

- CERIST -

# SOMMAIRE

	Pages
<b>I. Introduction générale .....</b>	<b>4</b>
I.1. Présentation du sujet .....	.4
I.2. Choix et intérêt du sujet .....	.4
I.3. Problématique .....	6
I.4. Démarché .....	7.
<b>II. I' information Economique.....</b>	<b>8</b>
II.1. I' information .....	8.
II.2. I' information scientifique et technique .....	9
II.3. I' information tconomique .....	<b>11</b>
II.3.1. Définition .....	.11
II 3.2. Typologie de I' information économique .....	11
II.3.3, Sources de I' information economique .....	14
<b>III. Le marché de I' information dans le monde .....</b>	<b>15</b>
III. 1. L'offre et la demande de I' information economique .....	15
III. 1.1 . L'offre de I' information économique .....	16
III.1.2. La Demande de I' information economique .....	.17
III.2. La Notion de besoin d' information .....	18
III.2.1. Le besoin d' information .....	<b>18</b>
III. 2.2. Le besoin d' information économique .....	18
III.3. Spécificité de la clientele (consommateur) .....	..21
III.4. Segmentation du marché de I' information .....	.21
III. 5. Notion de marchandise .....	22
III.6. L' information marchandise .....	.22
III.6.1. La Valeur d' usage de I' information.....	..22
III.6.2. La valeur d' échange de I' information.....	23
III.7. Le produit informationnel .....	25
III.8. Coût et prix de I' information .....	..25
III.9. Production de I' information .....	26
III. 10. Les Professionnels de I' information .....	27
III. 11. Les intervenants du marché de I' information .....	29
III.11.1. Les Producteurs .....	29
III.11 .2. Les Serveurs .....	29
III.11 I .3. Les Brokers (ou Courtiers) .....	<b>30</b>
III.11 .4. Les Réseaux .....	30
III.12. Les Technologies de I' information .....	31

III. 13. Les Systèmes d' information .....	33
III. 14. Les Banques de données .....	35
III. 15. Les Bases de données économiques .....	36

#### **IV. Le Marché de l' information en Algérie .....** 38

IV. 1. L' historique et système national d' information .....	38
IV. 1.1. Historique .....	38
IV. 1.2. Système national d' information .....	40
IV. 2. L' Administration des douanes algériennes .....	42
IV.2.1. Missions de l' Administration des douanes .....	43
IV.2.2. La démarche douanike .....	44
IV.2.3. La Douane et la libéralisation du commerce extérieur .....	45
IV.2.4. Les Nouvelles orientations de l' Administration des douanes .....	45
IV.2.4.1. L' information douanière .....	46
IV.2.4.2 Le Code des douanes .....	47
IV.2.4.3. Le Tarif intégré .....	48
IV.2.4.4. Les Mesures de facilitation .....	50
IV.2.4.5. La statistique douanière .....	51
IV. 2.5. Le Centre National de l' Informatique et des Statistiques (CNIS) .....	52
IV.2.5.1. Les Missions du CNIS .....	52
IV.2.5.2. L' organisation du CNIS .....	52
IV.2.5.3. Le système d' information .....	54
IV.2.5.4. La collecte de l' information statistique .....	55
IV.2.5.5. Les Produits Documentaires .....	57
IV.2.5.6. La Diffusion de l' information statistique .....	58
IV.2.6 Le Centre National de l' information et de la Documentation (CNID) .....	59
IV.2.6.1. Les Missions du CNID .....	59
IV.2.6.2. L' organisation du CNID .....	59
IV.2.6.3. La Diffusion de l' information .....	60
IV.2.6.4. La Production de l' information .....	61
IV.3. L' Office National des Statistiques (ONS) .....	63
IV.3.1. Le Système National d' information Statistique .....	63
IV.3.2. Organisation de l' ONS .....	64
IV.3.3. Les Missions de l' ONS .....	66
IV.3.4. Typologie et Sources d' information .....	67
IV.3.4.1 Typologie de l' information .....	67
IV.3.4.2 Sources d' information .....	68
IV.3.5. Les Produits Informationnels .....	70
IV.4. La Chambre Nationale du Commerce et d' Industrie .....	73
IV.4.1. Les Chambres de commerce .....	73
IV.4.2. La chambre Nationale du commerce et d' Industrie (CNCI) .....	73
IV.4.2.1. Les Missions de la CNCI .....	75
IV.4.2.2. Les Objectifs et le rôle de la CNCI .....	76

	Pages
IV.4.2.3. <b>Le Traitement de l'information</b> .....	76
IV.4.2.4. <b>La Diffusion de l'information</b> .....	77
<b>IV.5. Agence de Promotion et de Soutien à l'Investissement ( APSI)</b> .....	<b>83</b>
IV. 5.1. <b>Objet et mission de l'APSI</b> .....	.83
IV.5.2. <b>Organisation et fonction de l'APSI</b> .....	.83
TV.5.2.1. <b>Le Guichet unique</b> .....	84
IV. 5.2.1.1. <b>Organisation du Guichet unique</b> .....	.84
IV. 5.2.1.2. <b>Prestations du guichet unique</b> .....	.84
IV. 5.3. <b>Les modalités d'octroi des avantages</b> .....	.86
IV. 5.4. <b>Suivi des investissements</b> .....	.86
IV.5.5. <b>In recours</b> .....	.86
IV. 5.6. <b>Information produite</b> .....	.86
IV.5.7. <b>Les CALPI (Comité d'Assistance à la Localisation et à la Promotion de l'investissement)</b> .....	87
<b>IV.6. Centre National d'information et de documentation Economique (CNIDE)</b> .....	<b>88</b>
IV.6.1. <b>Missions du CNIDE</b> .....	88
IV.6.2. <b>Objectifs du CNIDE</b> .....	.88
IV.6.3. <b>Production du CNIDE</b> .....	89
IV.6.3.1. <b>Les produits</b> ....	.89
IV.6.3.2. <b>Les services</b> .....	89
IV.6.3.3. <b>Ins bases de données du CNIDE</b> .....	90
IV.6.3.3.1. <b>Les bases de données réalisées par le CNIDE</b> .....	.90
IV.6.3.3.2. <b>Les Bases de données acquises auprès des institutions régionales et Internationales</b> .....	.93
IV.6.3.3.3. <b>Bases de données accessibles par le CNIDE</b> .....	.93
IV.6.4. <b>Situation actuelle du CNIDE</b> .....	93
<b>IV.7. Trade Point d' Alger</b> .....	<b>.94</b>
IV.7.1. <b>Le concept Trade Point</b> .....	.94
IV.7.2. <b>Avantage du Trade Point</b> .....	94
IV. 7.3. <b>Trade Point d' Alger</b> .....	95
<b>IV.8. Centre National d'Observation des Marchés Extérieurs et des Transactions Commerciales (CNOMETC)</b> .....	<b>95</b>
IV.8.1. <b>Missions et objectifs du CNOMETC.</b> .....	.96
IV.8.2. <b>Publications du CNOMETC</b> .....	97
IV.X.3. <b>Fusion du CNIDE et du CNOMETC</b> .....	98
<b>IV.9. Le secteur privé</b> .....	<b>98</b>
<b>V. Conclusion Générale</b> .....	<b>100</b>
<b>VI. Bibliographie</b> .....	<b>101</b>