

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de
la Recherche Scientifique

*Centre de Recherche sur l'Information
Scientifique et Technique*

MEMOIRE

Pour l'Obtention du Diplôme de Post-Graduation
Spécialisé en Informatique Scientifique et Technique

THEME

L'INFORMATION ECONOMIQUE EN ALGERIE

Présenté par:

AIT BENAMAR Samia

Jury:

Mr. BENHAMADI M. *Président*
Mme. HAMDI CHERIF N. *Examinatrice*
Mr. DAHMAN M. *Examineur*
Mr. ABDOUN A. *Rapporteur*

DECEMBRE 1995

10/11/20

DEDICACE

A la mémoire de ma grande tante Fatima

A mes parents

A Farouk

A mes frères et soeurs

A toute ma famille et mes amis.

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier particulièrement M. ABDOUNE, pour sa précieuse contribution ainsi que ses appréciables orientations, qui ont permis la réalisation de cette étude.

Nos remerciements vont aussi à tous ceux qui ont, de près ou de loin, contribué à l'élaboration de ce modeste travail.

S O M M A I R E

PREMIERE PARTIE

	Page
CHAPITRE I APPROCHE THEORIQUE ET CONCEPTUELLE	
1-1 L'information économique dans la théorie classique.	9
1-2 La duplicité du statut de l'information.	11
1-3 L'évolution du concept information du point de vue historique.	13
1-4 La mesure de l'importance de l'information dans la vie économique.	15
CHAPITRE II L'INFORMATION ECONOMIQUE : niveaux, composantes production et source	
PARAGRAPHE I LES NIVEAUX DE L'INFORMATION	17
1-1 Le niveau de la pensée économique.	17
1-2 Le niveau de l'action économique.	18
1-3 L'information grand public.	18
PARAGRAPHE II LES CATEGORIES DES PRODUCTEURS DE L'INFORMATION	18
2-1 Les entreprises	18
2-2 Les offices de collecte.	18
2-3 Les syndicats professionnels.	19
2-4 Les administrations.	19
2-5 Les organismes d'études.	19
2-6 Les chercheurs et étudiants.	19
PARAGRAPHE III LES COMPOSANTES DE L'INFORMATION ECONOMIQUE	20
3-1 L'information macro-économique.	
3-2 L'information micro-économique.	
PARAGRAPHE IV LES BESOINS D'INFORMATION DANS L'ENTREPRISE	21
4-1 L'innovation.	21
4-2 La production.	22
4-3 La vente.	22
4-4 La gestion.	22
4-5 L'information financière.	22
4-5-1 Contenance et présentation de l'information financière.	25
4-5-2 Le contrôle et normalisation de l'information financière.	28
4-5-3 Diffusion de l'information Financière.	29

PARAGRAPHE V LES SOURCES DE L'INFORMATION DE L'ENTREPRISE	30
5-1 Les sources formelles.	30
5-2 Les sources informelles.	31
5-2 Les sources internes.	32
CHAPITRE III LES BASES DE DONNEES ECONOMIQUES.	35
PARAGRAPHE I LES BASES DE DONNEES DE PRESSE.	36
1-1 Les Bases de Données des journaux.	36
1-2 Les Bases de Données des dépêches de presse	37
PARAGRAPHE II LES BASES DE DONNEES STATISTIQUES.	38
PARAGRAPHE III LES BASES DE DONNEES GENERALES ET SPECIALISEES.	39
PARAGRAPHE V LES BASES DE DONNEES COMMERCIALES ET FINANCIERES	39
4-1 Les bases de données technico-commerciales.	39
4-2 Les bases de données sur les produits et procédés.	40
4-3 Les bases de données sur l'information sur les échanges et marchés.	40
4-4 Les Bases de Données d'affaires (financières).	40
CHAPITRE IV LE MARCHE DE L'INFORMATION	43
PARAGRAPHE I LES DIFFICULTES DE D'APPREHENSION DU MARCHE DE L'INFORMATION.	43
A- Les difficultés de délimitation.	44
B- Les difficultés de segmentation	44
C- Les difficultés de quantification.	44
PARAGRAPHE II LES INTERVENANTS DU MARCHE DE L'INFORMATION.	45
2-1 Les producteurs.	45
2-2 Les serveurs.	45
2-3 Les intermédiaires.	45
2-4 Les opérateurs de réseaux.	46
2-5 Les intégrateurs de réseaux.	46
PARAGRAPHE III LES GRANDS AXES DU MARCHE DE L'INFORMATION.	47
3-1 L'axe des services de l'information.	47
3-2 L'axe des technologie d'information.	47
3-3 Le marché des T.I. en quelque chiffres.	48
CONCLUSION	

DEUXIEME PARTIE

INTRODUCTION	54
CHAPITRE I HISTORIQUE	56
PARAGRAPHE I L'ETAPE POST-INDEPENDANCE.	57
PARAGRAPHE II L'ETAPE DE LA PLANIFICATION CENTRALISEE.	58
PARAGRAPHE III L'ETAPE DE L'AUTONOMIE DES ENTREPRISES.	60
CHAPITRE II LE SYSTEME D'INFORMATION STATISTIQUE.	62
L'OFFICE NATIONALE DES STATISTIQUES -ONS-	
PARAGRAPHE I ORGANISATION ET MISSION DE L'ONS.	63
PARAGRAPHE II LES METHODOLOGIES UTILISEES PAR L'ONS	
DANS LA PRODUCTION DE L'INFORMATION.	69
2-1 Les enquêtes annuelles.	69
2-2 L'enquête trimestrielle.	71
PARAGRAPHE III LA NORMALISATION STATISTIQUE.	74
3-1 Le champ d'action de la normalisation.	74
3-1-1 Normalisation des concepts.	74
3-1-2 Normalisation des supports.	75
3-1-3 Normalisation des procédures.	75
PARAGRAPHE IV LES NOMENCLATURES	76
4-1 Les méthodes de construction des nomenclatures	76
4-2 Les caractéristiques des nomenclatures.	77
4-3 Les nomenclatures en Algérie.	78
4-4 Les problèmes liés à l'utilisation des nomenclatures en Algérie.	81
PARAGRAPHE V LES PRODUITS DE L'ONS.	82
5-1 Les publications de l'ONS.	82
5-2 Les Bases de Données de l'ONS.	83
5-2-1 Les fichier général des établissement.	85
5-2-2 La Base de Données communale.	85
5-2-3 La Base de Données cartographique.	86
CHAPITRE III L'APPORT EN INFORMATION DES ORGANISMES DU COMMERCE	89
INTRODUCTION	
PARAGRAPHE I L'ADMINISTRATION DES DOUANES	90
1-1 L'utilité de l'information douanière.	91
1-2 Les grands axes du programme de modernisation des Douanes	92
1-2-1 Tarif intégré informatisé.	94

PARAGRAPHE II LA CHAMBRE NATIONALE DE COMMERCE	96
2-1 Les missions de la CNC.	96
2-2 L'organigramme de la CNC.	96
2-3 Le programme d'action de la CNC.	97
2-4 La Base de Données de la CNC.	100
2-4-1 Organisation du fichier de la B.D.	100
2-4-2 Méthodes de collecte de l'information.	101
2-4-3 Diffusion de l'information.	101
PARAGRAPHE III CAS DE DYSFONCTIONNEMENT	102
3-1 Cas de l'ONAFEX et du CME.	103
A- L'ONAFEX.	103
B- Le CME.	104
3-2 Cas du "Trade-Point" d'Alger.	106
CHAPITRE IV LES CENTRES DE DOCUMENTATION D'INFORMATION ET D'ETUDE DANS LE SECTEUR DE L'ECONOMIE.	111
PARAGRAPHE I LE CNIDE	111
1-1 Les missions du CNIDE.	112
1-2 Les objectifs du CNIDE.	112
1-3 Les cycle de développement de CNIDE	113
1-4 Les produits du CNIDE.	113
PARAGRAPHE II LA BOURSE ALGERIENNE DE SOUS-TRAITANCE ET DE PARTENARIAT -BASTP-	118
2-1 Présentation de la BASPT.	118
2-2 Les missions de la BASPT.	119
2-3 Le fonctionnement de la BASPT.	119
2-4 Les activités de promotion de la BASTP.	120
PARAGRAPHE III L'AGENCE DE PROMOTION, DE SOUTIEN ET DE SUIVI DE L'INVESTISSEMENT -APSI-	120
3-1 Les missions de L'APSI.	120
3-2 Les moyens et ressources de l'APSI.	121
3-2-1 Le Guichet Unique.	122
3-3 Les prestations de l'APSI.	123
PARAGRAPHE IV LES CENTRES D'ETUDE ET DE RECHERCHE.	124
4-1 Multiplicité et par suite indétermination des centres détenteurs de l'information	124
4-2 Absence de normalisation.	125
4-3 Les limites de l'utilisation de l'information codifiée et normalisée	125

PARAGRAPHE V	LE "SOUTH INVESTISMENT, TRADE AND TECHNOLOGY DATA EXCHANGE" - SITTEDEC-	126
	5-1 Les missions.	127
	5-2 Organisation.	127
	5-3 Les Bases de Données disponibles au SITTEDEC	
CHAPITRE V	LES LIMITES DE LA PRODUCTION DE L'INFORMATION ECONOMIQUE DE BASE ET VALORISATION DU SYSTEME D'INFORMATION ECONOMIQUE.	128
PARAGRAPHE I	LES LIMITES DE LA PRODUCTION DE L'INFORMATION DE BASE.	128
	1-1 Au niveau de l'entreprise	129
	1-1-1 Insuffisance des informations issues des procédures de gestion.	129
	1-1-2 Insuffisance des informations sur l'environnement.	129
	1-2 Au niveau local.	130
	1-2-1 Les problèmes de fiabilité	131
	1-2-2 Les problèmes d'exhaustivité.	131
	1-2-3 Les problèmes de permanence.	131
	1-2-4 Les problèmes d'agrégats.	131
PARAGRAPHE II	LES ACTIONS DE REVALORISATION DES SYSTEMES D'INFORMATION.	131
	2-1 Au niveau micro-économique	132
	2-1-1 Le sous-système comptable	132
	2-1-2 Le sous système marketing	132
	2-1-3 Le sous système d'information pour le management.	132
	2-1-4 Le sous système d'information pour l'archivage et la diffusion.	133
	2-2 Au niveau Macro économique	134
	<u>CONCLUSION GENERALE</u>	135