

Information : besoin et sources

Le besoin d'information

Le besoin d'informations d'une organisation a trois sources principales :

- **les obligations légales** : il est nécessaire de produire certaines informations dans une certaine forme, à une certaine date, pour le fisc, les actionnaires, les organismes sociaux...
- **le besoin de coordination de l'organisation** : plus le travail est divisé et, aussi, plus les situations sont complexes, plus il est nécessaire d'échanger des informations pour réaliser la coordination ;
- **la préparation des décisions** : l'information est la matière première essentielle à la décision.

Les sources de l'information

Les sources d'information internes

L'organisation dispose de nombreuses informations émanant de ses différents services :

- informations chiffrées (production, chiffre d'affaires réalisé, taux d'absentéisme du personnel...);
- informations commerciales : fichier clients, rapports de la force de vente, réclamations et suggestions des clients (service consommateur) ;
- informations sociales (climat de l'entreprise à l'annonce d'une restructuration, réaction face à l'acquisition de nouveaux matériels...);
- informations juridiques communiquées par le service juridique ou autres services ;
- informations techniques ou scientifiques.

Les sources d'information externes secondaires

Ces sources sont essentiellement :

- la presse, les rapports d'étude, les actes de colloques,
- les dépôts de marques ou de brevets,
- les organismes publics : INSEE, Documentation Française, AFNOR, CNRS, INC, les chambres de commerce et d'industrie,
- les organismes privés : cabinets de conseils et banques de données (ensemble d'informations appartenant à un même domaine de connaissances, organisées en un fichier informatisé, exploitable à distance via internet ou bien au sein de l'entreprise par l'achat de cédéroms),
- les bibliothèques et centres de documentation généralistes ou spécialisés.

Les sources d'information externes primaires

Si l'information n'est pas présente dans les sources d'informations secondaires ou que celles-ci ne sont pas accessibles ou incomplètes, l'étude primaire est alors nécessaire. L'organisation peut, selon son besoin d'information, choisir entre deux modes de collecte :

- l'enquête, permettant de mesurer une opinion, une fréquence d'utilisation ... ;
- les études qualitatives (par exemple réunions de consommateurs), permettant de comprendre les raisons ou les motivations d'un achat, d'une utilisation d'un produit ou d'un service...