



HAL
open science

Les pratiques d'accès à l'information professionnelle : le cas des concepteurs de produits de placements financiers

Eric Thivant, Laïd Bouzidi

► To cite this version:

Eric Thivant, Laïd Bouzidi. Les pratiques d'accès à l'information professionnelle : le cas des concepteurs de produits de placements financiers. *Revue Électronique Suisse de Science de l'Information*, 2005, 2005 (2), pp.7-34. hal-00660833

HAL Id: hal-00660833

<https://hal.science/hal-00660833>

Submitted on 21 Mar 2012

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.

Copyright

Les pratiques d'accès à l'information professionnelle : le cas des concepteurs de placements financiers

THIVANT ERIC¹

Docteur en Sciences de l'information et de la Communication
¹Sicomor, Centre de recherche de l'IAE, Université Jean Moulin, Lyon 3,
6 Cours Albert Thomas, 69008 Lyon, France
Tel. : +33 (0)4 78 78 76 39
thivant@univ-lyon3.fr

BOUZIDI LAÏD²

Professeur des Universités
²Sicomor, Centre de recherche de l'IAE, Université Jean Moulin, Lyon 3,
6 Cours Albert Thomas, 69008 Lyon, France
Tel. +33 (0)4 78 78 72 73
bouzidi@univ-lyon3.fr

Résumé

Cette étude s'intéresse aux pratiques d'accès à l'information des professionnels, c'est à dire aux pratiques de recherche et d'utilisation de l'information pour l'action dans un cadre professionnel, en prenant l'exemple des professionnels financiers et plus précisément des concepteurs de produits financiers. Prenant appuis sur un paradigme « orienté usagers », très utilisé dans le monde anglo-saxon, ce travail de recherche souhaite démontrer l'intérêt d'un nouveau cadre théorique et méthodologique « orienté activité », pour décrire ces pratiques d'accès à l'information, en rappelant certains travaux déjà réalisés, à la fois sur des concepteurs de bons d'option et des concepteurs de produits collectifs (Organismes de Placements Collectifs en Valeurs Mobilières). Ce nouveau cadre s'appuie sur l'hypothèse selon laquelle l'activité influence directement les pratiques d'accès à des professionnels financiers et propose deux méthodes d'entretiens spécifiques qui prennent en compte la spécificité de la notion d'information pour un milieu professionnel et pour une activité donnée.

Mots-clés : pratiques de recherche, accès à l'information financière, courant de recherche activité

INTRODUCTION

L'ère du « tout numérique » et d'internet, remet en question l'activité des professionnels et plus directement leurs pratiques d'accès à l'information, c'est à dire leurs pratiques de recherche et d'utilisation de l'information dans le cadre de leurs activités quotidiennes.

Pour nombre de professionnels, dans la pratique courante, ces activités de recherche et d'utilisation d'information, semblent plus ou moins transparentes. Mais d'un point de vue théorique, rien n'est moins sûr (voir le cas des « trouvailles » ou de la « sérendipité » (Pek Van Anel). C'est la problématique de l'efficacité de l'accès à l'information qui est posée ici. Il s'agit en effet d'optimiser la recherche et l'utilisation de l'information quotidienne en profitant d'un éclairage scientifique. Ce problème récurrent en science de l'information, doit être traité avec prudence, puisque cette jeune science est « liée à la technologie de l'information » et se veut être « un acteur de l'évolution de la société de l'information » (Deschamps, 2005).

Dépasant le clivage aspects techniques / aspects humains et nous inscrivant dans la continuité des travaux du paradigme « orienté usages » du monde anglo-saxon, cette étude s'intéresse aux différentes théories explicatives et descriptives des pratiques d'accès à l'information des professionnels dans le contexte d'une activité financière.

1. LE PARADIGME « USAGES » ET PERSPECTIVES

1.1. Présentation de ce paradigme

Le paradigme « orienté usages » est un cadre théorique et méthodologique ouvert, apprécié par la communauté scientifique en science de l'information, puisqu'il permet de décrire les pratiques d'accès à l'information de tout à chacun. Peu de travaux avant la naissance de ce paradigme ont porté sur l'échange, le transfert, la recherche et l'utilisation de l'information.

Ce paradigme dominant en sciences de l'information, s'est progressivement constitué autour d'un ensemble homogènes de notions et de principes qui se sont progressivement agrégées allant jusqu'à la reconnaissance d'un vocabulaire commun et de principes d'actions identiques, dont notamment le principe de décomposition par étapes, admis par l'ensemble de la communauté scientifique, qui permet de décrire et d'analyser dans le détail les principales pratiques de recherche et d'utilisation de l'information des professionnels.

1.2. Principales définitions

Ce paradigme a permis l'émergence d'un consensus sur un certain nombre de définitions dont les notions de pratiques de recherche, de pratiques d'utilisation et de pratiques d'accès à l'information. Et nous ne pouvons pas nous désintéresser de cette richesse sémantique¹ :

La « *pratique informationnelle* peut être considérée comme l'ensemble des actions et des choix de l'individu lors d'une phase de recherche d'information provoquée par un besoin d'information ». (Sarméjeanne, 2001). Comme le précise Wilson (2000) ces actions et ces choix peuvent être actifs et/ ou passifs, conscients ou non et toujours liés aux différentes sources et canaux d'information. Ainsi cette définition peut inclure la communication de face-à-face, ainsi que la réception passive d'information comme par exemple le fait de regarder de la publicité à la télévision sans aucune intention d'agir sur l'information reçue²

La pratique de recherche d'information (*Information Seeking Behavior* ou *I.S.*) « c'est l'ensemble des actions et des choix intentionnels d'un individu en matière de recherche d'information en réponse à un besoin d'information. Dans la course à la recherche d'information, l'utilisateur peut interagir avec des systèmes d'information manuels (comme des journaux ou des bibliothèques) ou avec des systèmes informatiques, comme le World Wide Web. » (Wilson, 2000).³

La pratique de repérage d'information (*Information Searching Behavior*) est « une micro-pratique, mise en œuvre par le chercheur d'information en interagissant avec le système d'information médiatisée ou non. Ces pratiques sont constituées par l'ensemble des interactions avec le système d'information, soit à un niveau interactionnel entre l'homme et la machine (par exemple utilisation de la souris ou des clics sur des liens), soit à un niveau plus intellectuel (par exemple adopter une stratégie de recherche booléenne ou déterminer des critères pour choisir entre deux livres intéressants sur une étagère de bibliothèque) sur la base de choix cognitifs des usagers comme le jugement sur des données pertinentes ou sur des résultats de recherche documentaire ». (Wilson, 2000)⁴

La pratique de recherche d'information documentaire (*Information Retrieval Behavior* *IRB*) : est une micro-pratique en matière de repérage d'information au travers des systèmes d'information généralement médiatisée, pour repérer des documents dans des bases de données ou sur internet / intranet, et pour reconnaître l'organisation de l'information (métadonnées) au sein de ces bases de données.

La pratique d'utilisation de l'information « est l'ensemble des actions et des choix, permettant d'enrichir les connaissances et les savoirs d'une personne à partir de l'information trouvée. Ces actions peuvent prendre la forme par exemple d'une annotation d'un texte en fonction de l'importance ou de la signification des différents paragraphes ou sections et ces choix peuvent permettre de comparer les informations déjà connues et les informations trouvées ». (Wilson, 2000)⁵

La pratique d'accès à l'information est l'ensemble des actions et des choix des acteurs mis en œuvre pour la recherche et l'utilisation de l'information.

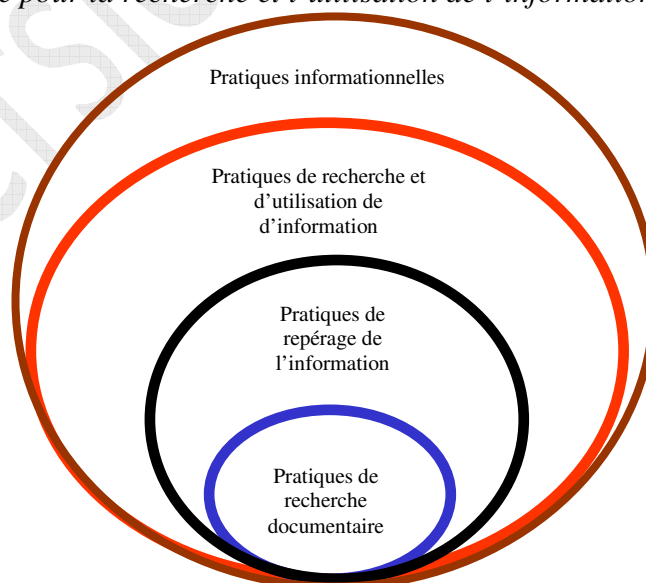


Figure 1 : Le modèle en oignon de Wilson (1999) in *Information Behaviour Models*, in *Journal of Documentation*, vol.55, n°3, p. 252

1.3. Principales représentations des pratiques d'accès à l'information

Les chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication sont réunis autour du concept préfabriqué de pratique de recherche d'information (ou « *information seeking behaviour* »). Ce concept construit, observable, identifiable et validable scientifiquement contrairement au terme de besoin informationnel est la pierre de construction de base de tout l'édifice de ce domaine comme le rappelle Wilson (2000). Le point de départ des « *user studies* » est le suivant : un utilisateur individuel d'information s'engage dans un comportement de recherche d'information en réponse à un « *besoin* » perçu. Le terme « *besoin* » est mis entre guillemet car ce concept semble être très difficile à traduire en terme de recherche alors que le terme « *information-seeking behaviour* » est une activité (« *information related activity* ») identifiable, observable et pouvant être étudiée (voir la figure n°1). Le professionnel pressent un besoin mais il ne peut pas toujours le définir ou savoir qu'il en a l'utilité.

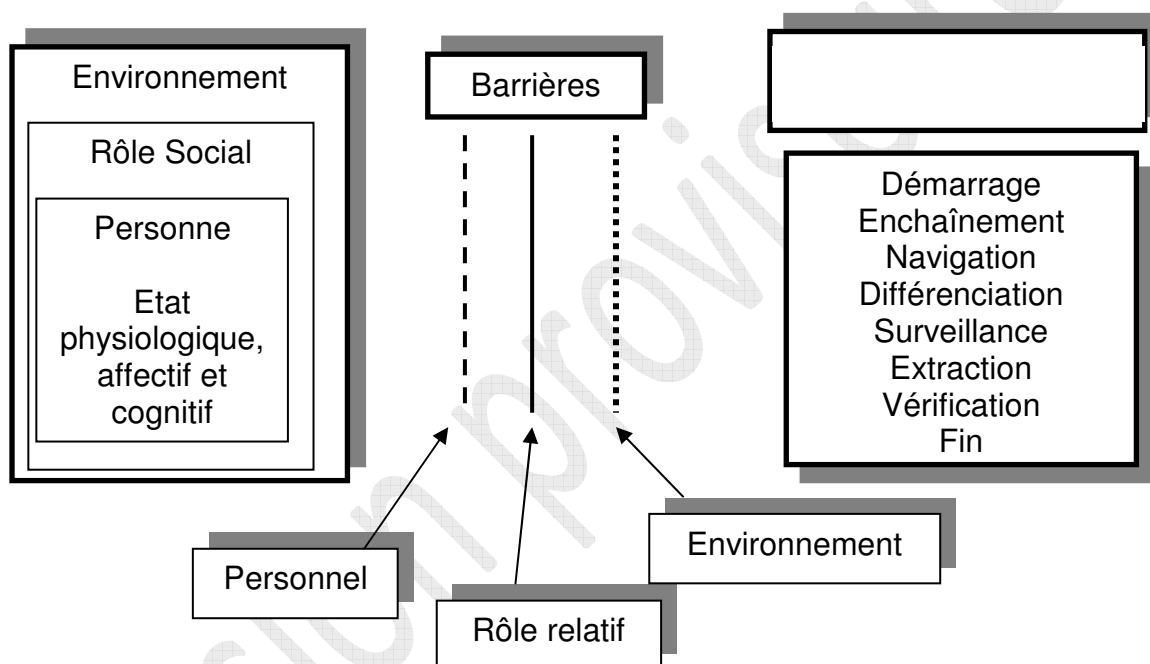


Figure 2 : Le modèle de Wilson de 1981 in *Information Behaviour Models*, in *Journal of Documentation*, vol.55, n°3, p. 252

Ce n'est qu'à partir de cette base commune, que les chercheurs ont développés différentes représentations des pratiques d'accès à l'information, comme le micro-modèle de Bates ou le macro-modèle de Wilson (voir ci-dessous).

MODE DE RECHERCHE	ACTIF	PASSIF
DIRECT	REPERAGE / RECHERCHE (SEARCHING)	VEILLE (MONITORING)
INDIRECT	NAVIGATION (BROWSING)	ÊTRE CONSCIENT (BEING AWARE)

Figure 3 : Le micro-modèle de Bates avec les différents modes de recherche d'information (2002)

La recherche directe et active, que nous pourrions nommer « repérage », essaie de répondre aux questions que nous nous posons ou de comprendre un sujet particulier. Ce mode de recherche, pour Bates (2002), est peu usité pour l'utilisateur lambda.

La veille est complémentaire à un autre mode de recherche que nous appelons « navigation », même s'ils sont opposés. La veille est réalisée de façon directe et passive. Les personnes restent en alerte sur des sujets qui les intéressent. Elles ne font pas d'efforts pour rassembler de nouvelles informations. Elles se contentent de se maintenir au courant (« *maintaining current awareness* »). Généralement l'environnement social et physique est arrangé pour que l'information parvienne au moment opportun (Hutchins, 2000).

La navigation (browsing) est un mode de recherche indirect et actif. Ici nous n'avons pas de besoin précis ou d'intérêt, mais nous cherchons activement de nouvelles informations (la curiosité peut conduire à ce mode de recherche).

La conscience est un comportement passif et indirect. Une grande partie (80%) de ce que nous connaissons provient du fait d'être simplement conscient. Comme le suggère Sandstrom, les personnes cherchent avant tout à réduire leurs efforts de recherche.

Le macro-modèle de Wilson est davantage général et regroupe les principales représentations théoriques des pratiques informationnelle et d'accès à l'information (notamment le modèle de Kuhlthau et de Ellis) :

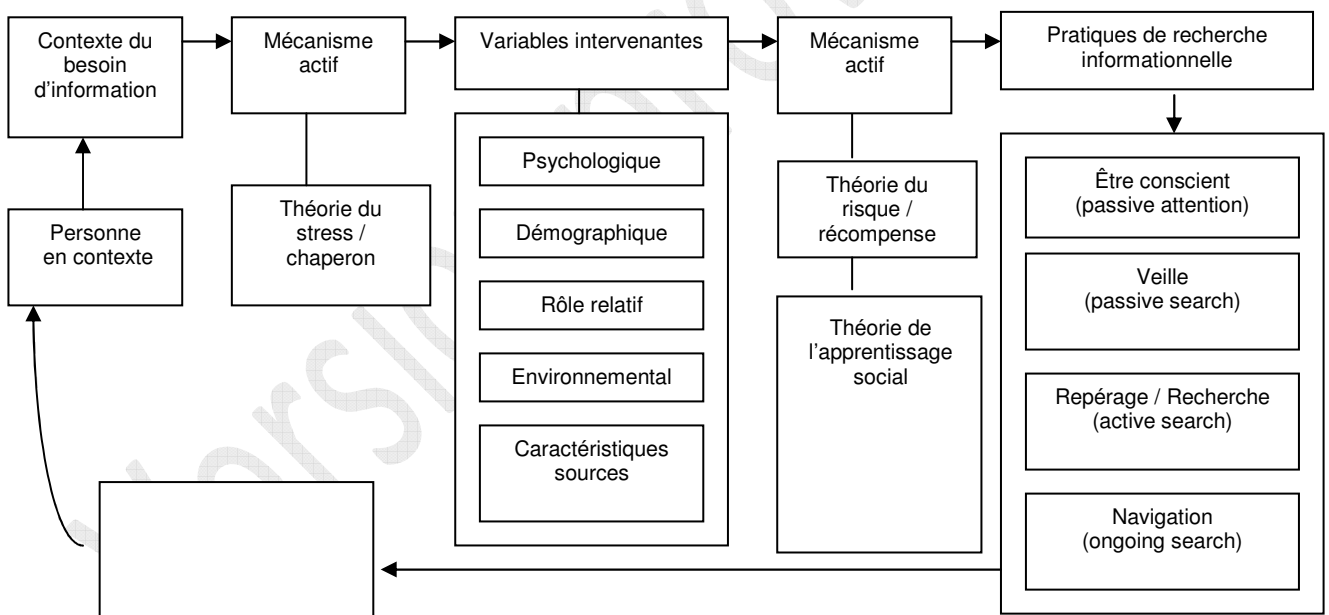


Figure 4 : Le macro-modèle de Wilson

Les différents modèles de Wilson (1981-1996) s'appuient sur d'autres disciplines, comme la psychologie. Premièrement, le besoin d'information secondaire émerge à partir de besoins basiques (physiologiques, cognitifs ou affectifs), dépendant de la personne, son travail ou son environnement (politique, économique, etc.). Deuxièmement, dans son effort de recherche d'information, le chercheur est gêné par différentes barrières ou « *variables intervenantes* ». Enfin, différentes théories expliquent certaines pratiques constatées, comme la débrouillardise (théorie du stress /chaperon), l'utilisation de certaines sources par défaut (théorie du risque / récompense), et l'adaptation de son comportement pour réaliser avec succès une tâche (théorie de l'apprentissage social et du « *self-efficacy* »).

Ce macro-modèle ne se concentre pas uniquement sur la recherche active du comportement informationnel mais plus globalement sur les pratiques d'accès à l'information. (ainsi la personnalité de l'acteur peut inhiber ou au contraire aider la recherche d'information). Ainsi ce modèle peut servir comme source d'hypothèses à vérifier, même si elles sont implicites. Cependant, ce modèle n'est pas complet. Les effets du contexte sur la personne ou sur sa motivation sont peu précis. C'est un métamodèle, pas un modèle d'activité. Néanmoins, utiliser ce modèle dans un contexte professionnel pourrait être intéressant.

Enfin, d'autres modèles de recherche d'information médiatisée plus spécifiques pour internet ont été développés. Nous citerons ainsi le modèle cognitif d'Ingwersen (1992), le modèle épisodique de Belkin (1985), d'interaction stratifiée de Saracevic (1996). Les travaux de Marchionini (1995) complètent cette approche.

1.4. Critique et faiblesse de ce paradigme

Comme nous l'avons suggéré dans le cadre d'un autre article, nous pouvons voir trois principales critiques à ces modèles globaux d'accès à l'information : les méthodes, les résultats et les finalités de ces différents travaux de description, ne sont pas identiques. Ainsi concernant les finalités, Ellis s'intéresse davantage aux différences entre pratiques de recherche observables sur le terrain et Kuhlthau s'intéresse surtout à l'analyse des pratiques d'un point de vue plus psychologique (reconnaissance du problème, identité et formulation de ce problème, rassemblement d'information et intégration de l'information) et introduit l'analyse des sentiments dans ce processus. De même ces travaux s'appuient sur des corpus très différents les uns des autres.

Ensuite ces travaux décrivent soit des pratiques « *de pratiques d'accès* » (Wilson), soit des pratiques de recherche ou de repérage d'information ou des pratiques d'utilisation de l'information soit des pratiques de recherche médiatisée et en particulier de « *recherche documentaire* » (Ingwersen). C'est cette diversité que nous devons présenter dans les étapes suivante avant de parler de la nécessité d'une nouvelle approche théorique et méthodologique plus centrée sur le monde professionnel. Ces descriptions nous interrogent sur le nombre exact d'étapes nécessaires pour effectuer une recherche d'information : les modèles de Ellis (8 étapes) et de Kuhlthau (6 étapes) ou de Cheuck (10 étapes) sont là pour nous montrer la complexité de l'analyse et la difficulté d'arriver à des résultats uniques.

Par conséquent son cadre large ne peut nous satisfaire puisque l'ensemble des modèles théoriques décrivant les pratiques d'accès à l'information sont plus ou moins analytiques et / ou descriptifs, presque toujours perçus comme des modèles d'accès à l'information linéaires (voir les critiques de Forster, 2004) et donc s'appuient sur des notions plus ou moins bien définies. Un problème majeur de ce paradigme « usages » est bien entendu la définition des principales notions comme celle de « *besoin d'information* » ou « *besoin informationnel* » qui comme le souligne Le Coadic ou Kuhlthau (1997) doit être mieux défini pour pouvoir être utilisé correctement. Il est plus facile de définir des pratiques d'accès à l'information que d'appréhender les besoins. Vouloir baser son questionnement et son raisonnement sur ces modèles de pratiques d'accès à l'information ne nous semblent guère pertinent. Il faut développer de nouveaux modèles qui tiennent compte de la réalité sociale et formuler d'autres hypothèses plus pertinentes.

2. PROPOSITION POUR UNE NOUVELLE APPROCHE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

2.1. Précisions sur le « paradigme activité »

Comme nous l'a déjà bien expliqué Henneron, Metzger et Polity (1997), la science de l'information a bien évolué ces cinquante dernières années, en passant par plusieurs paradigmes successifs.

Jusqu'au début des années 80, les travaux sur les recherches documentaires en Science de l'Information se sont déroulés sous le paradigme classique « orienté système ».

Ensuite, durant la décennie des années 80, un nouveau paradigme a émergé : le « *paradigme cognitif orienté-utilisateur* ». L'utilisateur et son interaction avec le système d'information est devenu le centre d'intérêt de ce nouveau courant. Ainsi comme le cite Polity (2001), « *le système d'information est considéré comme un système de communication entre un producteur d'information ou auteur et un utilisateur* ».

Enfin, dans les années 90, le « *paradigme social orienté-usages* » est apparu. Le courant de recherche anglophone serait les « *user studies* ». Les travaux de Dervin (1999), Wilson (1999, Ellis (1997) et Le Coadic (1998) peuvent être rattachés à ce courant de pensée. Pour Chaudiron et Ihadjadene (2002, « *le paradigme usager considère que l'attention doit être portée sur les besoins réels de l'usager et son environnement. [...] le point commun de ces différentes approches est de proposer une modélisation des usagers et de leurs comportements* ». Reste à bien définir ce que l'on peut entendre par usages et usagers.

Au seuil du nouveau siècle (les années 1999-2005), un nouveau courant de recherche se développe, que nous dénommerons « *paradigme activité* », où l'acteur, celui qui se trouve dans l'action et qui agit, doit être au centre de l'analyse. Mais il est trop tôt pour parler de paradigme au sens américain du terme, étant donné la faiblesse des travaux dans ce domaine, même si Choo (1998) ou Järvelin (2003) nous ouvrent cette voie de recherche. Ce courant de recherche profite des avancées en matière de théories sociales (Bourdieu, Goffman), psychologiques (théorie de l'activité) et cognitives pour expliquer le processus de recherche et d'utilisation de l'information. En effet, nous voulons nous intéresser non pas à l'utilisateur, mais à l'information que l'acteur cherche et utilise (Henneron, *et al.*, 1997). Et dans un contexte professionnel, nous devons prendre en compte la situation de travail. Ce courant de recherche considère que l'activité influence plus ou moins directement les pratiques de recherche et d'utilisation de l'information. La principale hypothèse est que les actions de recherche des personnes sont fortement contraintes par leurs activités professionnelles. (Cote, 1996).

L'activité est une construction sociale et économique soumise à de nombreuses contraintes comme le temps ou l'expérience (novice ou expert). L'activité est donc dynamique et complexe. La notion d'activité est sans doute très proche de la notion de « *cadre* » de Goffman (2001). Et différentes situations d'interaction existent entre acteurs comme dans les situations de coopération et de coordination, qui ont un impact direct sur les pratiques d'accès à l'information des professionnels (voir les travaux de Järvelin (2003) et de Pejtersen *et al.* (1998)).

Redéfinissant les principales notions de ce nouveau paradigme, nous rajouterons que La pratique informationnelle peut être considérée comme l'ensemble des actions et des choix de l'individu lors d'une phase de recherche d'information en vue d'une action, provoquée par les nécessités des situations, par certains états inadéquats ou anomalies de connaissance ou manques informationnels pour réaliser ces activités et enfin par les problèmes informationnels ou les facteurs clés de succès, issus du contexte socioprofessionnel au sens large (le manque d'information n'est pas forcément voulu, ni explicite alors que le problème est davantage

apparent). À partir de cette définition, la pratique informationnelle est encadrée par l'activité (ici l'activité de conception et de gestion de placements financiers), par la situation donnée, et le contexte socioprofessionnel au sens large. Car non seulement l'activité fait partie du contexte pour la pratique informationnelle, mais en plus, elles partagent toutes deux ce même contexte.

2.2. L'activité informationnelle

Dans ce nouveau paradigme, nous nous intéresserons donc à ce que Guyot appelle l'« *activité informationnelle* » :

« *L'activité d'information recouvre à la fois la manière dont un individu agence pour son compte informations et documents et mobilise des ressources disponibles dans des dispositifs et à travers des outils de plus en plus nombreux* ». (Guyot, 2001).

Cette « *activité informationnelle* » bénéficie de la base théorique des recherches en sciences de l'information, notamment en terme de pratiques d'accès à l'information (Wilson, 1999). Mais il faut s'intéresser non seulement à l'activité de recherche et d'utilisation de l'information pour une tâche isolée, mais aussi pour l'activité principale (Hjørland, 1997). Lorsqu'un objectif est atteint, l'activité continue. Les acteurs sont des producteurs, des gestionnaires et des consommateurs d'information dans le cadre de leurs activités professionnelles (Guyot, 2001). Et progressivement les acteurs rationalisent et standardisent les outils technologiques pour gagner en efficacité. C'est tout qu'il faut prendre en compte.

Reprenant l'analyse de Choo (2001) nous pensons que l'analyse de l'activité informationnelle doit non seulement prendre en compte les pratiques de recherche et d'utilisation de l'information, mais aussi les pratiques de gestion et de production de cette information nécessaire pour l'action (voir schéma ci-dessous).

En 1998, Choo a comparé les principaux modèles de pratiques d'accès à l'information et a décomposé ce processus d'accès en trois étapes centrales : le besoin, la recherche et l'utilisation de l'information. Et il a ensuite examiné les effets cognitifs, affectifs et contextuels de chaque étape en fonction des modèles.

Besoin d'information	Recherche d'information	Utilisation de l'information
Contexte professionnel / Social (Information Use Environment, Taylor, 1991)		
Ensemble de personnes Problèmes typiques	Cadre de travail : Type d'organisation, tâche, accès à l'information	Résolution des problèmes Types d'informations anticipées
Besoins cognitifs (Sense Making Model, Dervin, 1982)		
Situation d'arrêt Découverte du fossé	Utilisation de stratégies pour combler le fossé	Catégories d'utilisation et d'aide
Des réponses affectives (Information Search Process, Kuhlthau, 1993b)		
Incertitude, confusion, anxiété	Confiance, optimisme, clarté	Soulagement, satisfaction, déception

Figure 5 : Analyse multidimensionnelle du besoin à l'utilisation de l'information

Puis en 2001, Choo a développé le cube de « l'information organisationnelle » qui représente les principales étapes de la prise d'une décision pour un professionnel dans une organisation type, avec les différentes variables qui doivent être prises en compte. Un besoin d'information émerge chez un professionnel qui se trouve dans une situation professionnelle affective et cognitive donnée. Avec le temps et les moyens disponibles dont il dispose, il se lance dans des recherches d'information appropriées créant ainsi des savoirs pour une prise de décision ultérieure à l'aide de l'information recueillie et de nouvelles connaissances.

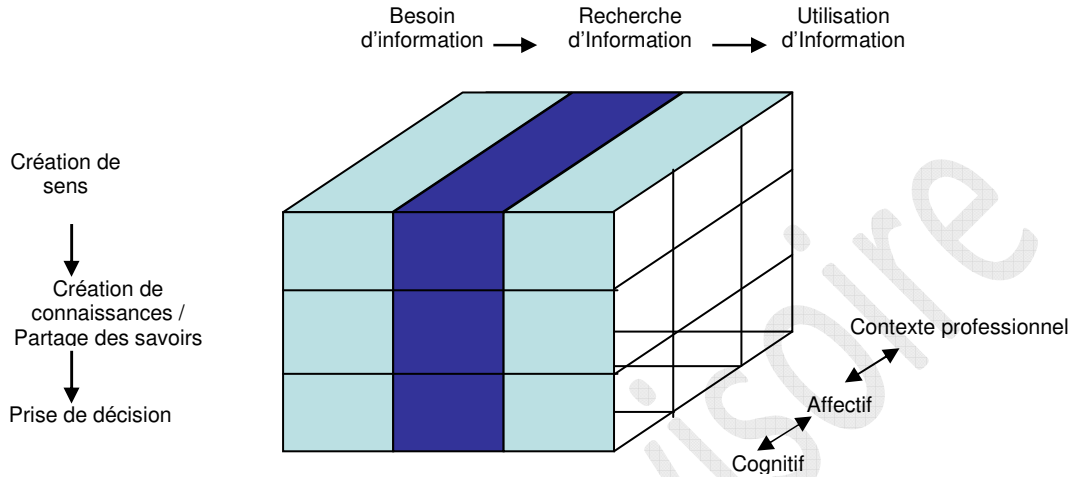


Figure 6 : Le cube de l'information organisationnelle

Cette approche doit tenir compte de l'évolution paradigmatique et notamment de la place de l'activité informationnelle au sens large. En reprenant donc la définition de B. Guyot, nous proposons de prendre en compte la gestion et la production d'information et de préciser les différentes situations des professionnels (contexte professionnel, affectif, cognitif, social, technologique et personnel).

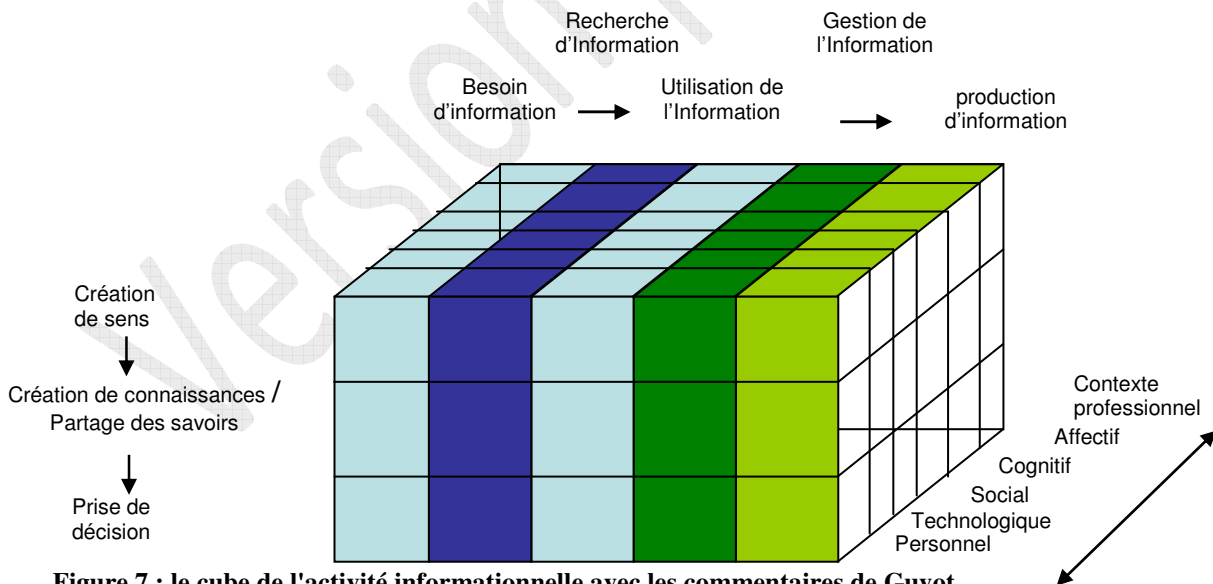


Figure 7 : le cube de l'activité informationnelle avec les commentaires de Guyot

Des études précédentes ont déjà démontré l'influence directe de l'activité sur les pratiques de recherche et d'utilisation de l'information, dans certaines activités très encadrées comme pour l'activité de conception des bons d'options. Par conséquent, nous proposons un nouveau modèle qui tient compte de la prépondérance de l'activité sur le besoin. L'activité professionnelle étant première, les besoins d'information découlent de cette activité (en dépit de Dervin, 2003). D'ailleurs dans la suite de notre présentation, nous nous intéresserons

principalement à démontrer l'influence plus ou moins directe de l'activité de conception sur les pratiques d'accès à l'information de ces concepteurs, tout en tenant compte de leurs effets sur la gestion et la production de nouvelles informations.

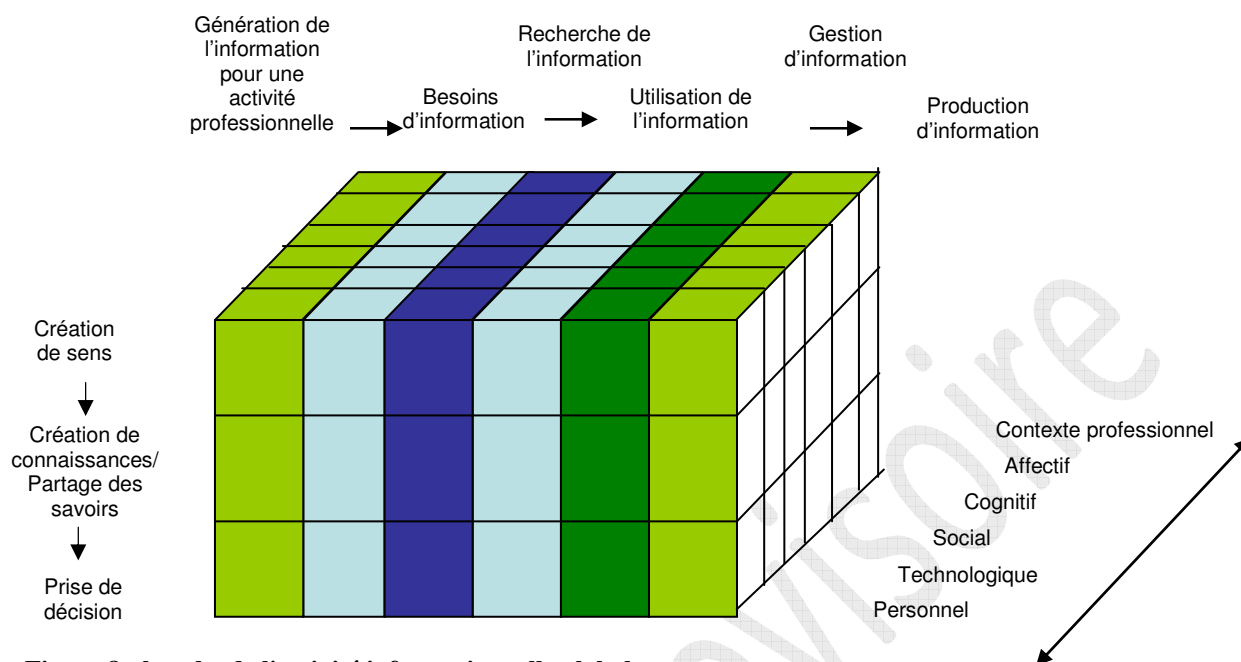


Figure 8 : le cube de l'activité informationnelle globale

2.2. Une méthode adaptée au contexte et à l'activité professionnelle

Comme le concède J. Deschamps, il n'y a pas en sciences de l'information de méthodologie unique, elle doit pouvoir utiliser des analyses quantitatives et qualitatives à la fois. C'est là sa force, mais aussi sa faiblesse, elle doit savoir les utiliser avec parcimonie.

« Pour résoudre la plupart des problèmes en science de l'information, il est parfois nécessaire d'avoir recours à deux types de méthodologies mais selon nous, c'est plus une force qu'une faiblesse pour la discipline. La science de l'information, s'est appliquée depuis une dizaine d'années au moins, à tirer parti des possibilités d'améliorer les analyses quantitatives et qualitatives concernant les relations dynamiques qui unissent des collectifs d'objets au sein de diverses communautés et leurs modes de représentations graphiques (analyses des communautés, cartographies de recherches, etc.) dans un ensemble de recherches formalisées dans la scientométrie. »

La méthodologie utilisée dans cet article est fortement dépendante de notre cadre théorique et des postulats sous-jacents expliqués ci-dessus. Ce cadre théorique postule que l'activité de conception influence les pratiques d'accès à l'information des professionnels, ici en l'occurrence des concepteurs de produits collectifs. Nous pourrions même aller plus loin en nous demandant si l'activité de conception ne va pas non plus influencer toutes les « activités informationnelles » des professionnelles, de la recherche jusqu'à la production d'information. Mais cela est un autre problème que nous n'évoquerons pas ici.

Pour démontrer l'utilité d'une approche duale, nous présenterons succinctement la méthode APAI (Activité, Produit, Accès à l'Information), que nous avons utilisé lors de nos travaux et qui se compose d'une double approche, en premier lieu une approche constructiviste et ensuite une approche analytique.

Etant donné que la méthode APAI (Activité, Produit, Accès à l'Information) est d'abord une méthode qualitative, il suffit d'avoir un corpus somme toute modeste pour entreprendre une recherche et pour comprendre les pratiques de recherche et d'utilisation de l'information (ou d'accès à l'information) des financiers. À titre d'exemple, nous pouvons citer notre étude sur les concepteurs de produits de placements financiers (produits collectifs et dérivés) nous avons rencontré pas loin d'une vingtaine de financiers.

Le questionnaire qualitatif basé sur une approche constructiviste « *Sense-Making* » concerne trois problèmes majeurs :

1. L'analyse de l'activité ;
2. Le problème de la recherche et de l'utilisation de l'information au cœur de cette activité ;
3. Les représentations des concepteurs sur les nouveaux services financiers ;

L'analyse analytique se compose de cinq étapes principales et concerne plus spécifiquement les relations entre le produit et l'accès à l'information :

- Construction basique et schématique du produit financier avec les plus importantes variables. (utilisation de la "notice" et du rapport de gestion) ;
- Présentation de ce schéma aux financiers ;
- Enregistrement du discours des financiers ;
- Analyse du discours avec les autres commentaires de professionnels et modification en conséquence, du schémas du produit financier ;
- Identification des pratiques d'accès à l'information des concepteurs.

La démarche consiste donc à construire une représentation basique, mais fonctionnelle du produit de placement financier puis ensuite de demander à des financiers de commenter ce schéma. Un enregistrement audio de leurs discours est recommandé, à défaut une prise de note rapide pourra suffire. Par la suite faire, nous réaliserons une analyse de discours sur ces produits et nous identifierons les pratiques d'accès à l'information de ces derniers.

La phase de présentation et d'analyse du schéma par le concepteur de produits de placement financier est essentielle car il s'agit pour le concepteur de déterminer les indices informationnels susceptibles de l'amener à réaliser sa tâche (ici la conception d'un nouveau produit). Il a sûrement défini depuis longtemps, un cadre stéréotypé ou un scénario général pour concevoir ce produit financier. Mais ce n'est pas simplement ce cadre qui le guidera, il construira surtout le produit financier à partir des indices informationnels découverts au gré de sa démarche, au sens sémiologique du terme, et à la manière d'un policier. Le concepteur est donc très encadré par l'activité et les indices informationnels, qui vont déclencher des phases de recherche successives, jusqu'à l'aboutissement d'un produit vendable, dont la décision de commercialisation dépendra de la direction. Il est donc dans un cadre très entouré.

3. L'EXEMPLE DES CONCEPTEURS DE PRODUITS FINANCIERS

Cette proposition pour un nouveau cadre de réflexion théorique et méthodologique doit pouvoir être utilisable ou applicable sur le terrain et de nombreux exemples doivent pouvoir valider ces analyses par la suite. L'exemple ci-dessous doit nous permettre de démontrer l'intérêt d'une telle approche.

3.1. Description de l'activité de conception des produits de placement financier

L'activité de conception de produits financiers est une activité complexe, que ce soit pour des produits collectifs ou des produits dérivés : Le paradigme « usage » ne nous aurait pas aidé vraisemblablement car elle se concentre plus sur une partie du travail du professionnel sans se soucier de toute son activité informationnelle globale.

- Si nous prenons le cas des produits dits collectifs de type OPCVM (Organisme de Placement Collectif à Valeur Mobilière), l'activité est difficile à définir, il n'y a pas un « concepteur » unique mais un ensemble d'acteurs, issues de différentes entités, qui travaillent ensemble pour proposer à la vente des produits collectifs. En général, un promoteur et / ou un distributeur fait appel aux services d'une société de gestion et d'un dépositaire pour monter le nouveau fonds ;

- Si nous prenons le cas des produits dits dérivés comme la conception de bons d'option (ou warrants), puis sa commercialisation s'appuie là encore sur de nombreux acteurs des différents services de la banque (services de front office, de back office, commerciaux, direction, etc.) sont nécessaires pour pouvoir lancer de nouveaux bons d'options. (Thivant, 2002).

Pour pouvoir analyser correctement ces « activités informationnelles » nous devons d'abord analyser correctement ces activités principales. À cet effet, le questionnaire qualitatif est d'un précieux secours. Ainsi les relations entre les dépositaires, les promoteurs et les gestionnaires de produits financiers peuvent être expliqués et la circulation de l'information entre ces acteurs peut être mieux vue.

• « Généralement les idées viennent du service marketing vers l'Asset Management. Mais pour les OPCVM garantis, il s'agit d'un produit exotique, qui ne provient pas du service marketing mais du service OPCVM » (Promoteur 5).

• « Pour développer de nouveau produit financier, la clé c'est l'information. Il faut se tenir informé sur les produits existants, les besoins des clients et l'actualité juridique et fiscale » (Promoteur 1).

Dans le cas des produits dits collectifs, nous trouvons ainsi 5 étapes principales : La première étape concerne le choix du produit et la stratégie générale pour la vente du produit collectif (nom, cible), la deuxième étape concerne le choix de la stratégie d'investissement et des différentes spécifications, la troisième étape concerne les dernières modifications en matière de communication et de réglementation, la quatrième étape concerne le lancement du produit et la dernière étape concerne sa gestion avec différentes options (possibilité de modification du produit avec l'aide de tous les participants à la conception de ce produit).

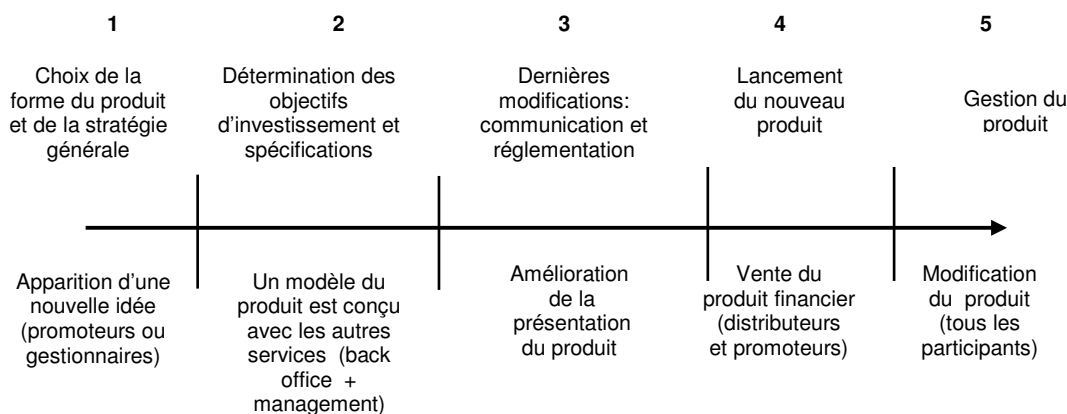


Figure 9 : Les principales étapes de la conception d'un produit

3.2.L'activité informationnelle au cœur de la conception des produits de placements collectifs

Dans ces deux activités de conception décrits très brièvement ici, nous nous rendons compte que la conception de produits financiers passent par des nombreuses situations dont des situations autonomes, de coordination et de coopération :

- La situation autonome : « *La capacité et l'aptitude d'un acteur à élaborer ses propres règles d'actions* » (Gilbert De Tersac and Erherd Friedberg).
- La situation de co-présence pragmatique : « *la mise en relation première entre deux (ou plusieurs) acteurs en quête d'un consensus pour réaliser en commun certains objectifs* » (Gramaccia, Laborde and Maurin).
- La situation de coopération avec un espace discrétionnaire: « *Les acteurs peuvent choisir la solution, mais dans un cadre de travail défini* » (Gilbert De Tersac and Bruno Maggi).
- La situation de coordination établie : « *chaque acteur sait ce qu'il a à faire* ».

En fonction donc des situations rencontrées sur le terrain, les pratiques d'accès à l'information des professionnels financiers devront donc s'adapter et utiliser des stratégies spécifiques. C'est ce que nous allons voir dans le chapitre suivant :

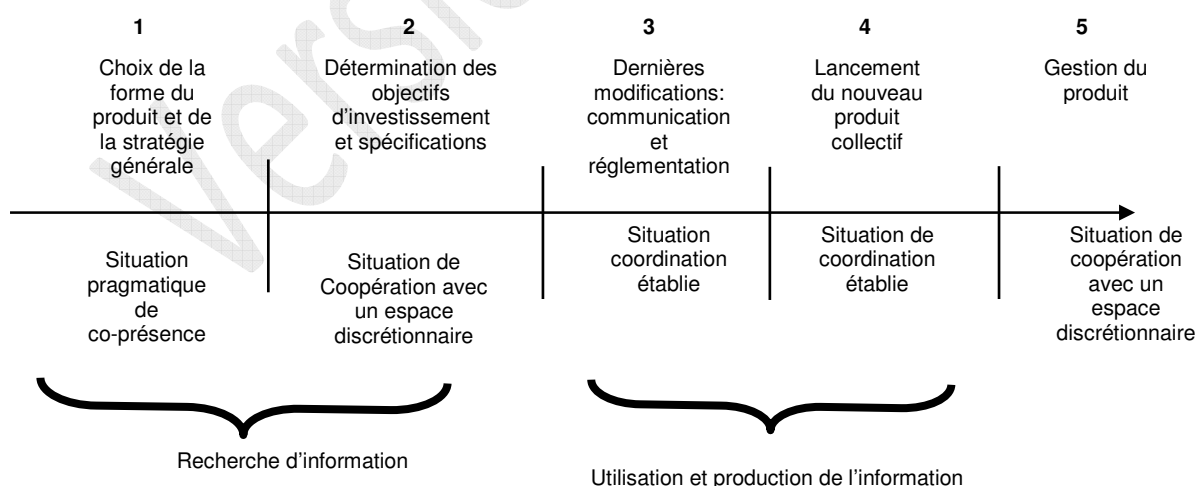


Figure 10 : les situations d'autonomie, de coopération et de coordination pour la conception de produits financiers

De même pour l'analyse de l'activité de conception d'un produit dérivé tel que le bon d'option, nous décomposons l'activité en 4 grandes étapes, de la conception jusqu'à la vente de ces warrants. les « activités informationnelles » sont présentes notamment dans le.

Nous avons donc développé deux langages de description des produits financiers, le premier dénommé LPF ou Langage des Produits Financiers et le second LdBO, pour le langage de description des bons d'options. Considérant le produit financier comme un produit numérique et intangible, ces instruments auront deux avantages principaux pour notre étude :

1.Ce sont des outils, qui fixent un cadre rigoureux pour l'élaboration de ces produits ou plus précisément de nouveaux produits financiers, comme des produits collectif ou des produits dérivés.

2.Ce sont des représentations formalisées, qui fixent avec une grande précision toutes les caractéristiques des produits financiers (produits collectifs et produits dérivés). Et permet de décrire la composante informationnelle du produit.

Par suite, ces instruments analytiques nous renseignent sur les informations recherchées au travers de commentaires précis des financiers à la vue du schéma LPF, décrits ci-dessus. Ces commentaires nous permettent en effet de ne pas oublier d'informations importantes dans le cadre de l'activité de conception de produits financiers et aussi de juger de l'importance ou de la prépondérance de certains éléments sur d'autres dans l'activité décrite. (voir ci-dessous certains commentaires pour des produits collectifs) :

•« Il faudrait mieux rajouter dans les caractéristiques administratives, la réglementation » (Dépositaire 1).

•« En fait, pour résumer, nous sommes en face à toute une batterie de ratios : des ratios dus à la réglementation et des ratios dus à l'orientation de gestion » (Dépositaire 2).•« Dans les caractéristiques financières, la seule chose est que je voyais, c'est le rapport exercice. Je l'aurais mis ailleurs dans l'administratif » (Dépositaire 3).

Tirant les conclusions de ces rapports, les relations entre les informations cherchées et les activités sont des clés pour notre compréhension. À titre d'exemple, nous vous présentons ci-dessous deux schématisations spécifiques au produits financiers: voir ci-dessous la figure n° 5 pour la description d'un produit collectif

Produit Financier [Caractéristiques Identitaires, Caractéristiques Administratives, Caractéristiques Financières, Caractéristiques Fonctionnement, Caractéristiques Commerciales, Caractéristiques Fiscales]
- Caractéristiques Administratives [Réglementation, Identification, Fonds, Agrément, Date de création, Échéance, Édition de la notice, Clôture de l'exercice, Centralisateur]
- Caractéristiques Identitaires [Promoteur, Distributeur, Dénomination, Forme juridique, Société de gestion, Dépositaire, Commissaire, Conservateur]
- Caractéristiques Financières [Description du placement, Classification, Techniques, Indice de référence, Composition du portefeuille, Zones géographiques, Exposition aux risques, Affectation des résultats, Capital Garanti, Ratios]
- Caractéristiques de fonctionnement [Conditions d'exécution, Conditions de souscription, Conditions de rachat, Rapport exercice, Périodicité de calcul de la valeur liquidative, Libellé devise]
- Caractéristiques Commerciales [Politique de gestion, Actifs gérés, Valeur liquidative, Durée minimale conseillée, Apport des titres, Commission de souscription, Commission de rachat, Frais de gestion, Performances, Souscripteurs]
- Caractéristiques Fiscales [Fiscalité, Éligibilité, Imposition revenus, Imposition Plus-values]

Figure 11 : Schématisation d'un produit collectif de type OPCVM

De même le *warrant* ou produit dérivé est décrit sous la forme de 6 caractéristiques qui sont les suivantes :Produit dérivé [Caractéristiques Administratives, Caractéristiques Réglementaires, Caractéristiques Financières, Caractéristiques Fonctionnement, Caractéristiques Commerciales, Caractéristiques Fiscales]

- Caractéristiques administratives [agrément, émission, paiement, édition notice, échéance, radiation] ;
- Caractéristiques réglementaires [réglementation, dénomination, forme juridique, identification, société de gestion] ;
- Caractéristiques Financières (description du placement, techniques, sous-jacent, composition du sous-jacent, zones géographiques, exposition risque, souscripteurs) ;
- Caractéristiques fonctionnement [conditions exécution, conditions souscription, quotité de négociation, exercice, notice exercice] ;
- Caractéristiques commerciales [politique de gestion, cours offert, cours demandé, spread, prix exercice, valeur intrinsèque, durée conseillée, apport titres, apport numéraire, commission souscription, parité, effet de levier, frais de courtage, libellé devise, élasticité, *delta*, *thêta*, *gamma*, *vêga*, *rho*, *gearing*, point mort, *premium*, valeur temps] ;
- Caractéristiques fiscales [fiscalité, imposition].

Figure 12 : Schématisation d'un produit dérivé : l'exemple du warrant ou bon d'option

4. CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Cette recherche met en évidence la nécessité de repenser le paradigme « *usages* » et de développer une approche plus proche du paradigme « *activité* », tel que nous le décrivons ci-dessus, et qui tient compte de la situation et du contexte professionnel. Nous devons à faire face au changement paradigmatique qui est en train de bouleverser la communauté scientifique . On ne s'intéresse pas seulement à un processus d'accès à l'information. On s'intéresse à l'ensemble des activités dans lequel est placé l'individu. Nous devons prendre en considération les « *activités informationnelles* » des professionnels au sens large et à la suite de Guyot. Le processus de recherche et d'utilisation de l'information doit être compris à l'intérieur d'un mécanisme plus large, celui d'une activité spécifique qu'il faut prendre en compte aussi (même s'il sera pour nous difficile de déterminer toutes les logiques d'action et de décision : qui devient notre boîte noire d'une certaine manière). En d'autres termes, nous voulons aller plus loin que l'approche individualiste de Wilson (1999) avec son macro modèle, qui reste très psychologique.

L'intérêt principal de cette approche, d'un point de vue théorique, c'est qu'elle nous permet de connaître plus précisément les informations indispensables à l'activité et au contexte professionnel. En d'autres termes comme l'indique Järvelin, cette nouvelle approche met au cœur de ses préoccupations, la dimension du travail et des différentes tâches ainsi que la dimension documentaire absente de la plupart des autres courants de recherche comme le courant de recherche traditionnel « *orienté usages* » sur les pratiques de recherche d'information, ou les courants de recherche documentaire traditionnel ou de recherche d'information sur internet.

Le second intérêt de cette approche est la recommandation pour l'utilisation de plusieurs méthodes qualitatives et duales qui nous permet de connaître précisément les activités informationnelles des professionnels et de comprendre le processus de la chaîne documentaire partant de la conception de documents, jusqu'à sa diffusion (cas des notices d'information dans le cas des bons d'option et des notices et des brochures publicitaires dans le cas de la conception de produits collectifs).

Le modèle modifié de Choo présenté ci-dessus doit donc nous permettre de développer de meilleures représentations des pratiques d'accès à l'information et de permettre une meilleure cohérence entre pratiques d'accès et activité professionnelle. L'utilisation conjointe de plusieurs méthodes qualitative du type APAI (Activité, Produit, Accès à l'Information), proposée ci-dessus doit nous permettre de mieux décrire les nécessités de cette activité et de comprendre la logique de l'acteur (on ne peut pas parler de besoin émergent, ni d'utilisateur).

BIBLIOGRAPHIE

- Bates, M. J. (2002). Towards an integrated model of information seeking and searching. In T. Wilson, M. Barrulas (Ed.). *The New Review of Information Behaviour Research. Studies of information seeking in context*. Volume 3. pp. 1-16.
- Cheuk, W-Y.B. (1999). The derivation of a "situational" information seeking and use process model in the workplace: employing sense-making. *Paper presented at International Communication Association annual meeting, San Francisco, California, May 27, 1999*. (Available at: <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/meet/m99cheuk.html>, accessed February 15, 2004)
- Cote, C. (1997). « Conception de systèmes d'information utilisés dans le cours d'une activité: méthodologie et outils de formalisation pour l'identification des opportunités informationnelles ». In ISKO, Lille. 10 p.
- Dervin, B. (2003). *A Sense-Making Methodology primer: What is methodological about Sense-Making*. Paper presented at the meeting of the International Communication Association, San Diego, CA.
- Ellis, D. et Haugan, M. " Modelling the information seeking pattern of engineers and research scientists in an industrial environment ", *Journal of Documentation*, septembre 1997, p. 384-403
- Ellis, D., Cox, D. and Hall K. (1993). A comparison of the information seeking patterns of researchers in the physical and social sciences, *Journal of Documentation*, 49(4), pp. 356-369.
- Guyot, B. (2001). Une activité méconnue : l'activité d'information. *Communication au colloque ICUST (France Telecom recherche)*, « penser les usages », Paris, ENST, 12-14 juin, 12 p.
- Goffman, Erving. (1991). *Les cadres de l'expérience (Frame Analysis)*. Paris: Éditions de Minuit. 573 p.
- Henneron, G., Metzger, J.P., Polity, Y. (1997). Information et activité professionnelle, Rapport Intermédiaire, en sciences sociales et humaines, Ersico, Université Lyon 3. 12 p.
- Järvelin, K. and Wilson, T.D. (2003) "On conceptual models for information seeking and retrieval research" *Information Research*, 9(1) paper 163 (Available at <http://InformationR.net/ir/9-1/paper163.html>, accessed February 12, 2004).
- Kuhlthau, C. C. (1996). The Concept of a Zone of intervention for identifying the role of intermediaries in the Information Search Process. *Annual Conference Proceedings of American Society for Information science, ASIS 1996*. 6 p. (Available at: <http://www.asis.org/annual-96/ElectronicProceedings/kuhlthau.html> accessed February 12, 2004).
- Kuhlthau, C.C. (1997). The influence of uncertainty on the information seeking behavior of a securities analyst. In: P. Vakkari, R. Savolainen, and B. Dervin, eds., *Information seeking in context: proceedings of an International Conference on Research in Information Needs, Seeking and Use in different Contexts*, Finland (Tampere), 14-16 août 1996. London: Taylor Graham, 1997, 467 p.
- Kuhlthau, Carol C. (2001). « The Information Search Process (ISP): A Search for meaning rather than answers », *PowerPoint Presentation for Rutgers University* [en ligne]. 9 p.
- Miwa, M. (2003). Situatedness in users' evaluation of information and information services. In T. Wilson, M. Barrulas (Ed.). *The New Review of Information Behaviour Research. Studies of information seeking in context*. Volume 3. pp. 207-224.
- Pejtersen, A. Fidel R. (1998). A framework for work centered. Evaluation and design: A case study of IR on the web. *Working Paper, MIRA*, Grenoble, 74 p.
- Wilson, T.D. (1999). Models in information behaviour research, *Journal of Documentation*, 55(3), pp.249-269.
- Wilson, T. D. « Recent trend in user studies: action research and qualitative methods ». *Information Research*. vol. 5, n°3, avril 2000 [réf. du 1 novembre 2002], 16 p. Disponible sur : <http://informationr.net/ir/5-3/paper76.html>
- INGWERSEN, Peter. *Information Retrieval Interaction*. Londres :Taylor Graham, 1992. 246 p.
- SARACEVIC, Tefko. « Modeling interaction in information retrieval (IR) : a review and proposal ». In HARDIN, S., ed. *Proceedings of the 59th Annual Meeting of American Society for Information Science*. Baltimore : Medford, N.J., ASIS, 1996. p. 3-9.
- Henneron, Metzger et Polity,
- POLITY, Yolla. « Du paradigme orienté-usager au paradigme orienté-acteur ». In *Communication au GREMI (Groupe de Réflexion sur l'Enseignement des Méthodologies de l'Information)*, Liste des publications 22 mars 2001 [ref. du 10 novembre 2002]. 19 transparents. Disponible sur <http://www.iut2.upmf-grenoble.fr/RI3/gremi/sld001.htm>
- Pek van Andel Sérendipité, ou de l'art de faire des trouvailles traduit par HUTCHINS, Edwin. « Distributed Cognition : state of art and perspectives ». in *Médiation Technique et Cognition : cognition située, individuelle et collective*, Bonas : ArCo, 10-21 juillet 2000. p. 1-32.
- MARCHIONINI, Gary. *Information seeking in electronic environments*. New York : Cambridge University Press, 1995. 224 p.

1 nous prions notre lecteur de nous excuser pour la traduction délicate de certaines définitions anglo-saxonnes, certaines notions comme « to search » et « to seek », qu'il est délicat de traduire en français : nous avons pris d'ailleurs le parti de traduire arbitrairement le verbe « to search » par repérer et « to seek » par chercher.

2 **Information Behavior** is the totality of human behavior in relation to sources and channels of information, including both active and passive information seeking, and information use. Thus, it includes face-to-face communication with others, as well as the passive reception of information as in, for example, watching TV advertisements, without any intention to act on the information given (Wilson, juin 1999)

3 **Information Seeking Behavior** is the purposive seeking for information as a consequence of a need to satisfy some goal. In the course of seeking, the individual may interact with manual information systems (such as a newspaper or a library), or with computer-based systems (such as the World Wide Web). (Wilson, juin 1999)

4 **Information Searching Behavior** is the 'micro-level' of behavior employed by the searcher in interacting with information systems of all kinds. It consists of all the interactions with the system, whether at the level of human computer interaction (for example, use of the mouse and clicks on links) or at the intellectual level (for example, adopting a Boolean search strategy or determining the criteria for deciding which of two books selected from adjacent places on a library shelf is most useful), which will also involve mental acts, such as judging the relevance of data or information retrieved.

5 **Information Use Behavior** consists of the physical and mental acts involved in incorporating the information found into the person's existing knowledge base. It may involve, therefore, physical acts such as marking sections in a text to note their importance or significance, as well as mental acts that involve, for example, comparison of new information with existing knowledge.