



**HAL**  
open science

## Évaluation du centre régional de documentation internationale

Sophie Anselin

► **To cite this version:**

Sophie Anselin. Évaluation du centre régional de documentation internationale. Sciences de l'information et de la communication. 2003. dumas-01588312

**HAL Id: dumas-01588312**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01588312>**

Submitted on 15 Sep 2017

**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.

UFR IDIST

Sophie ANSELIN



**MASTER 1, MENTION SID**

(Sciences de l'Information et du Document)

**MEMOIRE DE STAGE ET RECHERCHE**

Mission effectuée du 5 mai au 1<sup>er</sup> août 2003

À

**Norcomex**

Euralille

**EVALUATION DU CENTRE REGIONAL DE  
DOCUMENTATION INTERNATIONALE**

Sous la direction de :

**Monsieur Dominique COTTE**, responsable universitaire

**Mademoiselle Karine VAÏRO**, tuteur professionnel

Soutenu le 30 septembre 2003 à l'UFR IDIST  
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)  
BP 49, 59650 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année Universitaire 2002/2003



2005 \* 200  
03 S DPU ANS

UFR IDIST

Sophie ANSELIN



**MASTER 1, MENTION SID**

(Sciences de l'Information et du Document)

**MEMOIRE DE STAGE ET RECHERCHE**

Mission effectuée du 5 mai au 1<sup>er</sup> août 2003

À

**Norcomex**

Euralille

<p><b>EVALUATION DU CENTRE REGIONAL DE DOCUMENTATION INTERNATIONALE</b></p>
---------------------------------------------------------------------------------

Sous la direction de :

**Monsieur Dominique COTTE**, responsable universitaire

**Mademoiselle Karine VAÏRO**, tuteur professionnel

Soutenu le 30 septembre 2003 à l'UFR IDIST  
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)  
BP 49, 59650 Villeneuve d'Ascq Cedex

Année Universitaire 2002/2003

Je tiens à remercier Monsieur Dominique Cotte, pour ses précieux conseils, Mesdemoiselles Claire Baudewyns et Sarah Wagner, pour leur soutien, et je remercie chaleureusement Mademoiselle Karine Vaïro et toute l'équipe de Norcomex de m'avoir accueillie parmi eux.

## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>4</b>
<b>I. Présentation de l'organisation documentaire de Norcomex</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 Norcomex</b> .....	<b>5</b>
1.1.1 Les missions .....	5
1.1.2 L'organigramme du personnel .....	6
1.1.3 L'Espace International.....	8
<b>1.2 Le CRDI</b> .....	<b>9</b>
1.2.1 Les missions du CRDI et le public ciblé.....	9
1.2.2 Le fonctionnement et l'aménagement spatial du CRDI .....	11
1.2.3 Les tâches effectuées par la documentaliste.....	15
<b>1.3 La mission d'évaluation</b> .....	<b>18</b>
1.3.1 Le projet de mutualisation.....	18
1.3.2 Les acteurs de la mutualisation.....	19
1.3.3 Les avantages.....	21
<b>II. Evaluation du CRDI</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1 Méthodologie</b> .....	<b>24</b>
<b>2.2 Inventaire des ressources documentaires</b> .....	<b>29</b>
2.2.1 Les différents types de documents.....	36
2.2.2 Les pays.....	42
2.2.3 Les secteurs d'activité.....	46
<b>2.3 Analyse de l'activité</b> .....	<b>48</b>
2.3.1 La réalisation d'un tableau de bord hebdomadaire .....	48
2.3.2 Les usages des employés.....	49
2.3.2.1 Réalisation des entretiens .....	49
2.3.2.2 Analyse des entretiens .....	51
2.3.3 Les usages des visiteurs .....	53
2.3.3.1 Réalisation du questionnaire et de la grille d'analyse sous Excel .....	53
2.3.3.2 Analyse des résultats .....	56
<b>2.4 Evaluation des services</b> .....	<b>59</b>

<b>III. Réflexion sur l'amélioration et le projet de mutualisation</b>	<b>66</b>
<b>3.1 La mutualisation</b>	<b>66</b>
3.1.1 Les propositions d'organisation	66
3.1.2 Les limites d'Alexandrie	67
<b>3.2 Le CRDI</b>	<b>68</b>
3.2.1 Remarques sur le CRDI	68
3.2.2 La promotion du CRDI	75
3.2.2 L'utilisation d'Alexandrie	82
3.2.3 L'interface visiteur, sa réalisation et ses limites	83
<b>IV. Conclusion</b>	<b>86</b>

**Evaluation du Centre Régional de Documentation**

**Internationale (CRDI) de Norcomex**

## Introduction

J'ai effectué mon stage de Master SID 1ère année du 5 mai au 1<sup>er</sup> août 2003 au Centre Régional de Documentation Internationale (CRDI) de Norcomex, la Direction des Relations Internationales de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie (CRCI) du Nord - Pas de Calais.

La mission qui m'a été confiée était l'évaluation du centre de documentation pour deux raisons :

- connaître exactement et précisément la quantité ainsi que la qualité des documents possédés par le centre, ceci afin de mieux définir la politique d'acquisition documentaire du centre et ainsi l'évolution future du centre en termes de documentation,
- pouvoir effectuer un recensement des documents du centre en vue de l'éventuelle mise en commun de ceux-ci avec toutes les ressources documentaires d'autres organismes de l'Espace International.

La documentaliste du CRDI, Mademoiselle Karine Vaïro, a souhaité faire appel à une stagiaire pour effectuer cet inventaire et cette évaluation. Ainsi, c'est une personne extérieure à Norcomex, avec un regard neuf, qui a procédé à l'évaluation.

Mais comment savoir si un centre de documentation correspond aux attentes de ses usagers ? C'est à partir de cette interrogation qu'il convient de procéder à l'évaluation du centre. Donc dans un premier temps, je présenterai le CRDI, son fonctionnement et son environnement. Ensuite je décrirai l'analyse des ressources documentaires du CRDI ainsi que l'analyse des besoins de ses utilisateurs. En dernier lieu, je ferai des propositions pour l'amélioration des services du CRDI ainsi que pour le projet de mutualisation des ressources documentaires.



# I. Présentation de l'organisation documentaire de Norcomex

## 1.1 Norcomex

### *1.1.1 Les missions*

Norcomex est la Direction des Relations Internationales de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie (CRCI) du Nord - Pas de Calais<sup>1</sup>. Cet organisme consulaire est présent auprès des entreprises de la région afin de les informer et les accompagner dans leur développement à l'international. L'objectif est de développer les relations et les échanges internationaux de la région, que ce soit en termes d'importation ou exportation, ou bien en ce qui concerne les expatriations et les implantations d'entreprises ou de filiales à l'étranger, et ceci afin d'augmenter le taux de croissance du commerce extérieur de la région.

En effet, certaines entreprises souhaitent étendre leurs activités en passant à l'international et en exportant ou important des produits de tous les pays du monde. Seulement, un grand nombre d'entre elles, pour la plupart des PME et des PMI, ne sait pas comment s'y prendre pour conquérir les marchés étrangers, ni si leur entreprise a les capacités nécessaires pour commencer à se lancer dans le commerce international. Norcomex, dont le nom vient de l'abréviation des mots **Nord commerce extérieur**, est présent pour les aider dans leurs démarches.

Norcomex est plus particulièrement spécialisé pour l'Allemagne, l'Espagne et l'Asie grâce à deux experts géographiques au sein de l'équipe. Les autres Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) du Nord - Pas de Calais ont elles-aussi des experts du commerce international spécialisés dans des zones géographiques différentes. Ceci dans le but de favoriser les échanges internationaux de la région avec tous les pays à l'heure de la globalisation mondiale.

---

<sup>1</sup> Voir page Web de la CRCI Nord - Pas de Calais en Annexe I.

Norcomex propose une grande variété de services aux entreprises de la région Nord - Pas de Calais qui ont déjà des échanges commerciaux avec l'international ou qui souhaitent commencer la prospection dans les pays étrangers.

Voici une liste des services proposés par Norcomex<sup>2</sup> aux entreprises de la région :

- mission d'information grâce au Centre Régional de Documentation Internationale,
- revue trimestrielle Norcomex Informations
- études à la demande
- bases de données et CD-Roms
- librairie du commerce international
- espace visioconférence
- études de marché et répertoires d'adresses
- pôle juridique, réglementaire et fiscal
- cycle de perfectionnement au commerce international
- chefs de zone issus de l'entreprise
- missions de prospection
- participation "clé en main" aux foires et salons internationaux

### *1.1.2 L'organigramme du personnel*

Afin de réaliser sa fonction d'accompagnement auprès des entreprises de la région, Norcomex est composé d'une équipe de 12 personnes<sup>3</sup> :

- La direction de Norcomex est assurée par Stéphane Thronel. Il anime et gère l'équipe et supervise les différents projets en cours à Norcomex. Il s'occupe aussi de la gestion des 13 Chambres de commerce et d'Industrie de la région.
- Joëlle Feys est l'assistante de direction de Monsieur Thronel. Elle est chargée du protocole, c'est à dire de l'accueil des invités importants, comme par exemple des

---

<sup>2</sup> Voir les pages Internet qui présentent Norcomex en annexe II.

<sup>3</sup> Voir l'organigramme du personnel de Norcomex en Annexe III.

ambassadeurs. Elle gère aussi le reporting, c'est à dire le compte-rendu en chiffres de l'activité de Norcomex.

- La filière Espagne et Amérique Latine est dirigée par Edith Leroy. Elle accompagne les entreprises de la région en relation avec les pays de sa zone géographique.

- Vincent Didry est l'expert de la filière Allemagne et aussi de l'Asie, pour ce qui concerne les pays qui n'ont pas d'expert géographique dans la région, comme par exemple la Thaïlande, Singapour ou la Malaisie.

- Florence Renaud est l'assistante pour ces filières géographiques. Elle a également la tâche de mettre à jour le fichier des entreprises de la région qui exportent ou importent avec l'étranger. Ce fichier est accessible à toute personne, moyennant un forfait payant.

- Marie-Luce Dixon est la responsable du pôle juridique, réglementaire et fiscal. Elle traite toutes les demandes d'informations sur les douanes, la législation et la fiscalité dans les pays étrangers.

- Karine Vairo est la documentaliste responsable du CRDI. J'aborderai ses tâches un peu plus loin.

- Stéphane Brangier est le chargé de mission pour Cap sur l'International.

- Vanessa Guerlet est la responsable de l'information sur les marchés internationaux.

- Laëtitia Obert est la chef du projet d'Observatoire régional des exportateurs ainsi que la responsable des NTIC.

- Céline Duquennoy s'occupe de l'accueil et de l'orientation des appels téléphoniques et des visiteurs. Elle est aussi la responsable de la revue trimestrielle Norcomex Informations.

- Irène Leignel est la responsable du cycle de perfectionnement au commerce international.

### 1.1.3 *L'Espace International*

Sur le Boulevard de Leeds à Euralille s'élève un nouveau bâtiment de bureau de neuf étages : L'Espace International<sup>4</sup>. Plusieurs organismes dédiés aux échanges internationaux y ont déjà emménagé, ce qui est le cas pour Norcomex qui a intégré les locaux du troisième étage fin avril 2003. Les occupants de l'Espace International n'ont pas encore tous emménagé.

Pour l'instant, les organisations qui vont occuper le bâtiment sont :

- la branche internationale de l'Agence Régionale de Développement (ARD) du Nord - Pas de Calais
- la branche internationale de la CCI Lille Métropole
- la branche internationale du Conseil Régional
- la DRCE ( Direction Régionale du Commerce Extérieur) du Nord - Pas de Calais
- Nord France eXperts (NFX)
- Norcomex
- le World Trade Center de Lille (WTC)

L'objectif principal de ce bâtiment est de réunir en un même endroit toutes les organisations qui s'occupent de l'international, et notamment dans le but d'aider les entreprises et d'encourager le commerce et les investissements internationaux dans la région. Il s'agit ici de développer les relations internationales de la région avec l'étranger.

Les organismes réunis dans l'Espace International n'ont pas pour objectif de fusionner, ils vont garder leur identité propre. Il s'agit simplement d'un espace de réunion, mais pas de fusion des organisations dédiées à l'international. De plus, leurs fonctions divergent, et certaines sont totalement différentes.

---

<sup>4</sup> Voir la présentation de l'Espace International en Annexe IV.

## 1.2 Le CRDI

### *1.2.1 Les missions du CRDI et le public ciblé*

Afin de pouvoir renseigner au mieux les entreprises de la région et rassembler de l'information sur tous les pays, dont ceux qui ne sont pas pris en charge par un expert dans l'ensemble des CCI régionales, Norcomex possède un centre de documentation qui se charge de regrouper toute l'information internationale en un même endroit.

Créé en avril 1991, le Centre Régional de Documentation Internationale<sup>5</sup> a pour mission principale d'informer les utilisateurs sur tout ce qui concerne l'international. Ce centre rassemble ainsi toute la documentation vouée au développement international.

Le CRDI est également le relais du Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE), une institution qui publie et vend des ouvrages, des études de marché et des répertoires d'adresses concernant le commerce international. Les visiteurs du CRDI ont donc la possibilité de venir consulter ces ouvrages sans avoir à les acheter. Le fait que le CRDI soit une antenne du CFCE lui permet de mettre à la disposition du public du CRDI les documents publiés par le CFCE.

Le CRDI a pour mission de renseigner les entreprises de la région qui souhaitent avoir des échanges commerciaux sur le plan international. Le CRDI contient notamment de la documentation sur tous les pays, dont ceux qui ne sont pas représentés par un expert géographique dans la région.

Ainsi, sur la page d'accueil du CRDI sur le site Internet de Norcomex, on peut lire que l'objectif du CRDI est de mettre à la disposition des entreprises du Nord - Pas de Calais une information fiable et ciblée sur les marchés extérieurs.

---

<sup>5</sup> Voir la présentation du CRDI en Annexe V.

Le CRDI a été créé pour recevoir en priorité les demandes d'information des entreprises de la région. Néanmoins, il est ouvert à toute personne cherchant des informations sur l'étranger.

Le CRDI, qui a été créé pour occuper un "créneau documentaire", c'est-à-dire l'information sur l'international dans la région, correspond à la définition de fonds spécialisé établie par Bernard Callenge<sup>6</sup> : le fonds spécialisé se distingue donc des fonds courants et fonds local en tant que :

- le public auquel il se destine est largement situé au-delà des limites du territoire communal ;

Cela s'applique au CRDI car celui-ci a pour objectif de fournir en informations toutes les entreprises de la région Nord - Pas de Calais qui importent et exportent à l'international.

- son intérêt national ou au moins régional est reconnu par les autres bibliothèques ;

Cela s'applique au CRDI, car il s'agit du seul centre de documentation du réseau des CCI à être spécialisé dans l'international et à posséder des informations économiques et commerciales sur tous les pays.

- la part des documents d'intérêt local y est minoritaire, même si sa définition est rendue possible par un tel intérêt ;

Cela est vrai pour le CRDI, qui ne comporte que peu de documents sur la région.

- le nombre de documents est significatif par rapport à la production sur ce sujet ;

Cela s'applique au CRDI, car celui-ci dispose de toutes les ressources éditées par le CFCE.

- les documents qui le constituent sont soumis à des conditions particulières de communication, et sont classés distinctement des fonds courant ;

Au CRDI, lors de la prise de rendez-vous, le visiteur explique l'objet de sa recherche. Les documents sont préparés pour lui à l'avance.

---

<sup>6</sup> Voir notice bibliographique n°3.

- enfin, il continue d'être alimenté et renouvelé dans sa spécialité.

Le CRDI est un centre de documentation vivant avec des abonnements en cours et des acquisitions fréquentes d'ouvrages traitant de l'international, ainsi que des déseherbages réguliers.

### *1.2.2 Le fonctionnement et l'aménagement spatial du CRDI*

Selon Karine Vairo, la responsable du CRDI, l'espace dédié à la documentation est moins grand à l'Espace International qu'avant le déménagement du Palais de la Bourse. On peut d'ailleurs en avoir un aperçu sur la photo de la page de présentation du centre sur le site Internet de Norcomex<sup>7</sup>. Celle-ci a été prise avant le déménagement du Palais de la Bourse, rue de la Clef, à l'Espace International, à côté d'Euralille. Le CRDI est maintenant situé au troisième étage de l'Espace International, un bâtiment neuf et climatisé.

Le CRDI est donc aménagé de façon optimale et fonctionnelle<sup>8</sup> malgré sa petite taille. Tous les meubles de rangement et de bureau sont neufs. Le centre est donc très agréable et plutôt moderne, avec une moquette et des murs bleus et des chaises de travail rouges. Les meubles sont en bois tandis que les étagères sont en métal et noires. Par contre, l'éclairage ne peut pas être naturel car le centre n'est pas placé à côté des fenêtres du bâtiment. Donc, les étagères ainsi que les tables de travail sont éclairées par des néons.

Les rangements sont composés de 10 étagères d'environ 2 mètres de hauteur sur lesquelles sont rangés les dossiers et les ouvrages. Les périodiques sont disposés sur des rangements spéciaux prévus à cet effet qui permettent de mettre le dernier numéro de face, bien en évidence pour les visiteurs. Il y a quatre étagères de cette sorte.

---

<sup>7</sup> Voir Annexe V.

<sup>8</sup> Voir le plan du CRDI en Annexe VI.

Le centre propose un espace librairie, composé d'une étagère, où les utilisateurs peuvent acheter des ouvrages qui ne sont pas en libre accès dans le centre. Les prospectus et la documentation d'information sont disposés sur une étagère.

A mon arrivée, le centre ayant fraîchement emménagé et obtenu ces nouveaux meubles de rangement, la signalisation n'avait pas encore été faite, mais Karine Vaïro a commencé à réaliser des bandes de signalisation qui doivent être placées en haut des meubles de rangement avec étagères. Chaque étagère est dédiée à un continent ou à un type de document. La signalisation est donc la suivante : AFRIQUE - MOYEN ORIENT, ASIE - PACIFIQUE, etc. Les dossiers pays sont rangés dans des chemises à élastiques de couleur différentes selon les continents, avec le nom du ou des pays concernés sur la tranche. Un dossier peut en effet regrouper la documentation de plusieurs pays proches géographiquement.

Les documents ne sont pas rangés par côte selon une classification de type Dewey, mais par dossier continent. Chaque document concernant un pays est rangé dans le dossier pays lui correspondant. Il en va de même avec les documents sous Alexandrie, ceux-ci sont classés grâce au thésaurus géographique du logiciel documentaire.

Il y a également des dossiers de couleur verte pour les informations sur la région Nord - Pas de Calais. Il n'y a pas d'autre système de cotation, ce qui m'a un peu perturbé au départ, car je ne savais pas où trouver les documents, alors que pour la documentaliste, le plan de classement et de rangement était clair. Je pense qu'il faut un temps d'adaptation à toute bibliothèque. Mais la taille et les missions du centre explique très bien ce mode de classement, en effet, les visiteurs viennent trouver des informations commerciales et économiques sur un pays, donc autant que les ressources documentaires du CRDI soient classées par pays.

Le CRDI comporte 3 postes de consultation informatique sur PC qui sont en accès libre, dont un est réservé aux stagiaires. Tous les postes sont connectés à Internet et à Alexandrie, la base de données du CRDI, en place depuis juin 2002. Celle-ci comporte déjà plus de 4500 notices, dont une partie des documents



correspondant, surtout des articles de périodiques, a été scannée et est disponible en pièce jointe en ligne. Les postes sont reliés à l'imprimante. Les tables sur lesquelles sont installés les PC ne permettent pas de prendre des notes de façon aisée. La table est un peu petite pour contenir l'écran plat, le clavier, la souris et un document de taille A4. Il y a aussi 4 places de consultation et de prise de notes pour les dossiers sous format papier.

Les documents contenus au CRDI sont soit sur support papier, comme par exemple les dossiers pays, ou les périodiques, soit sur support numérique, comme les CD-Roms et la base de données Alexandrie ainsi que les notices qu'elle contient. Les documents qui y sont numérisés ne sont pas conservés sous format papier dans les dossiers pays. Une fois que la documentaliste a procédé au désherbage du numéro du périodique d'où l'article avait été sélectionné pour être numérisé, le document n'existe plus au centre que sous format numérique, c'est-à-dire en ligne sur la base de données, jusqu'à expiration de la notice.

Le fonctionnement du centre est le suivant :

- le centre est ouvert à tous les publics du lundi au jeudi de 14h à 17h30 et le vendredi de 14h à 16h. Les visiteurs doivent prendre rendez-vous avec la documentaliste et préciser la nature de leur recherche d'information. Le centre est ouvert au public 16h par semaine.
- le droit d'entrée au centre est de 5 € par jour, ensuite le visiteur peut consulter tous les documents du centre, à part ceux qui sont en vente à l'espace librairie. Les photocopies sont facturées à 0,15 € pièce. La photocopieuse est pour l'instant installée au bout de l'étage, après les bureaux, dans un espace réservé pour les bureaux de l'ARD qui n'a pas encore emménagé. Les visiteurs n'ont donc pas encore accès à la photocopieuse. Il est possible qu'elle soit déplacée dans le local situé à côté du CRDI, mais les visiteurs n'en auront pas forcément accès.
- les CD-Roms sont également en libre accès sur les 3 postes informatiques, néanmoins l'impression d'adresses à partir des différents CD-Roms Kompass est facturée 0,50 € pièce. Ces CD-Roms répertorient entre autres les adresses, les

secteurs d'activité, les contacts et le nombre d'employés des entreprises dans un pays. Le CRDI doit acheter ces CD-Roms et donc la transmission d'adresse est payante.

- les documents sont accessibles seulement pour la consultation sur place. Il n'y a pas de système de prêt, même si le logiciel Alexandria permet de les gérer. Les membres de Norcomex ainsi que le personnel de la CCI Lille Métropole, dont les bureaux sont contigus au centre, viennent de temps en temps emprunter certains documents du centre. La documentaliste se charge de se rappeler ce qui a été sorti du centre.

Sur le site Internet de Norcomex, on trouve une partie réservée à la promotion du centre de documentation ainsi que des ressources dont il dispose<sup>9</sup>. Une page propose aux visiteurs de consulter les notices des études de marché ou des guides répertoires de commerce international qui sont au centre de documentation<sup>10</sup>. Pour sélectionner les notices, l'utilisateur utilise le menu déroulant qui propose les différents secteurs d'activités répertoriés en choisissant comme caractère de tri le secteur d'activité qui l'intéresse ou le concerne. Les ouvrages qui correspondent à ces notices sont payant et les visiteurs doivent contacter le centre de documentation pour les commander.

Les utilisateurs peuvent également trouver sur le site Internet une liste d'ouvrages dans la rubrique librairie du commerce international<sup>11</sup>. L'utilisateur sélectionne dans le champ déroulant la collection d'ouvrages qu'il souhaite, les notices s'affichent alors. Celles-ci contiennent le titre, la date de parution, le prix, le nombre de pages du document et un résumé de quelques lignes.

Par contre, l'usager n'a pas encore la possibilité de commander, de régler et de se faire livrer directement les ouvrages qu'il souhaite obtenir à partir du site Internet. L'interface existe mais n'a pas encore été mise en place.

---

<sup>9</sup> Voir Annexe V.

<sup>10</sup> Voir la page Internet contenant les notices des études de marché en Annexe VII.

<sup>11</sup> Voir la page Internet contenant les notices de la librairie en Annexe VIII.

Le site Internet fournit encore d'autres types d'information sur le commerce international, comme par exemple les statistiques du commerce extérieur de la région<sup>12</sup>, ou encore une page d'informations pratiques sur les pays afin de faciliter les voyages d'affaires des chefs d'entreprises<sup>13</sup>. Le guide des déplacements à l'étranger propose aux utilisateurs du site qui souhaitent faire un voyage à l'international tous les renseignements pratiques auxquels ils pourraient avoir besoin pour effectuer leur voyage sans problème. Il suffit de cliquer sur une région et la liste des pays de cette région apparaît dans un champs déroulant. L'utilisateur choisit le pays de son choix.

Pour le déménagement à l'Espace International, la documentaliste a dû préparer les ressources documentaires du CRDI. Elle a notamment procédé à un désherbage important afin de ne déplacer que l'information la plus pertinente et la plus actuelle. Un désherbage encore plus important avait déjà eu lieu précédemment, peu après l'arrivée au Centre de Karine Vaïro, lorsque celui-ci était sous la responsabilité de Stéphane Brangier, donc le Centre avait déjà été épuré de toutes les ressources documentaires obsolètes par l'âge.

### *1.2.3 Les tâches effectuées par la documentaliste*

Le personnel du CRDI n'est composé que d'une documentaliste qui est chargée de toutes les tâches habituelles de gestion d'un centre de documentation.

En ce qui concerne l'acquisition de nouveaux documents au CRDI, on peut détailler :

- La réception des périodiques en abonnement et des commandes passées, comme par exemple, les ouvrages.
- Le dépouillement des périodiques reçus le matin même, en priorité les quotidiens traitant de l'économie.

---

<sup>12</sup> Voir la page Internet des statistiques en Annexe IX.

<sup>13</sup> Voir la page Internet des informations sur les voyages en Annexe X.

- La sélection des articles pertinents pour le centre de documentation, qu'il s'agisse soit de commerce international, d'informations sur les marchés ou sur les pays.
- L'indexation des documents sélectionnés sous forme de notices dans la base, afin que les usagers puissent les trouver et les consulter.
- La mise à jour des notices de documents sur le site Internet de Norcomex.

Les informations peuvent être ponctuelles et nécessiter une date d'expiration, que l'on peut enregistrer dans Alexandria, ou bien elles peuvent être gardées au centre pour plus longtemps. Mais dans le but de toujours garder une information pertinente et précise, la majorité des documents et des informations sont très rapidement considérées comme obsolètes et supprimées afin de ne pas encombrer le centre et laisser la place à de nouvelles informations plus récentes et donc plus en phase avec l'actualité économique mondiale.

Alexandria permet d'appliquer une date d'expiration aux documents, à partir de laquelle le document n'est plus valable. C'est la documentaliste qui définit cette date lors de la création de la fiche du document. Le logiciel permet aussi d'attacher aux notices des fichiers contenant le texte du document. Ce sont des fichiers attachés. Le document est scanné puis numérisé ou téléchargé depuis le site de la revue lorsque le centre possède un abonnement numérique à cette revue.

Les pages de la librairie et des études doivent être régulièrement mises à jour car de nouveaux ouvrages paraissent tous les mois. Les informations économiques peuvent être très vite dépassées et obsolètes. La documentaliste a toujours la possibilité de mettre à jour les notices en cas de modification ou de suppression.

Pour obtenir les notices de ces ouvrages, la documentaliste se rend sur le site de la CFCE, [www.cfce.fr](http://www.cfce.fr), pour lequel le centre possède un abonnement, et effectue une recherche par date afin d'obtenir les notices mises sur le site récemment.

Il suffit ensuite de remplir sous une interface Web une page de champs à compléter. C'est à partir de cette page que l'on met à jour le site, aussi bien pour ce

qui concerne la librairie, que pour les études et les renseignements aux voyages<sup>14</sup>. J'ai pu, au commencement de mon stage, m'occuper de mettre à jours les différentes pages ci-dessus.

Comme le centre n'est pas très grand, et qu'il n'y a qu'une seule personne qui s'occupe de l'indexation des documents, la documentaliste sait si le CRDI possède ou non les types d'informations qui lui sont demandés.

Les méthodes employées pour trouver les informations sont les suivantes : si l'utilisateur demande des informations sur un certain secteur d'activité dans un pays donné, alors la documentaliste va sur le site de la CFCE ([www.cfce.com](http://www.cfce.com)). Dans la page de recherche à laquelle ont accès les abonnés du CFCE, la documentaliste entre les critères de recherche. Les documents sont sélectionnés par le moteur de recherche du site Internet. Ensuite, il faut trier les documents, car il y a beaucoup de bruit documentaire si les critères de recherche ne sont pas assez précis. La documentaliste imprime ensuite le document si celui-ci est gratuit pour le transmettre au demandeur. Si le document est payant, alors la documentaliste fait parvenir la notice du document qui contient un résumé et l'utilisateur choisit alors de l'acheter ou non. Il peut aussi venir consulter le document au CRDI.

Le site de la DREE ([www.dree.com](http://www.dree.com)) permet également de trouver des informations mais ce sont en majorité les mêmes informations que sur le site de la CFCE. Par contre, la recherche est plus précise, car on sélectionne tout d'abord le pays de son choix, alors que le site de la CFCE permet de choisir des zones géographiques. Ensuite, on sélectionne le secteur d'activité parmi six grandes catégories regroupant les secteurs d'activité :

- Agriculture, agroalimentaire, emballage,
- Biens de consommation et santé,
- BTP, environnement, transports,
- Energie, chimie, industries mécaniques,
- Electronique et NTIC,
- Services et distribution.

---

<sup>14</sup> Voir les pages de mise à jour en Annexe XI.

On sélectionne les documents concernant la recherche et on les imprime.

### 1.3 La mission d'évaluation

#### *1.3.1 Le projet de mutualisation*

Avant le déménagement de Norcomex du palais de la Bourse pour l'Espace International en avril 2003 et depuis l'acquisition d'Alexandrie en juin 2002, la documentation du CRDI était mise en commun avec celle de la CRCI du Nord - Pas de Calais, également située au Palais de la Bourse, qui avait elle-aussi acquis Alexandrie comme logiciel de base de données documentaire.

Les dépouillements effectués par les deux documentalistes portaient sur des supports différents et donc en quelque sorte complémentaires, même si les besoins en information des deux organismes ne sont pas les mêmes. Par exemple, le dépouillement de la Voix du Nord par la documentaliste de la CRCI enrichissait la base de données commune d'informations sur la région, qui ne concernent pas les besoins des utilisateurs ciblés du CRDI. Néanmoins, celles-ci sont utiles aux employés de Norcomex dans le cadre de leur fonctions.

Le déménagement et l'éloignement physique qui en a découlé ont interrompu cette mise en commun des notices, mais il est prévu l'achat d'un module d'Alexandrie qui va permettre les échanges de notices malgré l'éloignement. C'est l'une des raisons pour lesquelles ce système de base de données a été choisi. En effet, Alexandrie permet à des centres différents de pouvoir concentrer leurs richesses documentaires en un seul système, consultables par les centres respectifs. Il permet également d'enregistrer des notices dans tous les centres et de procéder ensuite à une mise en commun qui réunit les fiches documentaires. La réunification permet d'éviter les doublons pour des enregistrements de notices identiques effectués par deux centres, tout en augmentant les ressources de chaque centre qui dispose ainsi des ressources des autres centres qui lui sont reliés grâce à Alexandrie. La documentation du CRDI va donc être mise en commun avec celle d'une organisation située à l'extérieur du bâtiment.

Cela fait partie d'un projet déjà bien avancé comme j'ai pu le constater, celui de réunir toute la documentation du réseau des CCI du Nord - Pas de Calais. Celui-ci est composé de 13 Chambres de Commerce et d'Industrie placées dans les principales villes de la région : Lille, Dunkerque, Boulogne, Lens, Arras, Valenciennes, Douai, Cambrai, Calais, Avesnes, Armentières-Hazebrouck, St-Omer, Béthune. Le projet inclus également la CRCI et le CRDI de Norcomex qui en fait partie.

Toutes les CCI de la région sont en cours d'acquisition d'Alexandrie, mais toutes ne l'ont pas et n'ont donc pas encore commencé à l'utiliser. L'objectif de ce projet est la mise en commun des différentes ressources de toutes les CCI, et ce qui fournit la possibilité de supprimer les documents doublons.

Ce projet de mutualisation a de nombreux avantages qui poussent à sa réalisation. Tout d'abord, on peut citer les bénéfices que les usagers pourront tirer de ce futur système. En effet, la réunion des différentes notices, et parfois même des documents quand ceux-ci sont scannés et donc disponible en ligne, va permettre une plus grande variété dans les documents proposés aux différents publics des centres afin de les aider à trouver les informations qu'ils recherchent.

### *1.3.2 Les acteurs de la mutualisation*

Le deuxième projet de mutualisation en cours est celui de certains locataires de l'Espace International.

Les acteurs du projet sont les suivants :

- le CRDI de Norcomex, un centre de documentation ouvert au public et destiné à contenir de l'information sur l'international. Le centre est tourné vers les entreprises exportatrices et importatrices de la région. Il est ouvert au grand public et a pour vocation de répondre aux demandes d'informations des entreprises régionales, étrangères, CCI, membres consulaires, étudiants...

- la documentation de la branche internationale de la CCI Lille Métropole<sup>15</sup>. Celle-ci est répartie parmi les différents experts géographiques. Elle comporte donc de l'information sur les zones géographiques qui sont représentées par un expert à la CCI Lille Métropole : les Etats-Unis, la Grande-Bretagne, l'Italie, le Japon, la Pologne, la Russie et l'Ukraine. Par contre, le service documentation de la CCI de Lille qui est ouvert au public est toujours située au palais de la Bourse. Celui-ci contient de la documentation sur la région. Son accès est réservé aux entreprises, créateurs et étudiants, les consultations de documents sont gratuites.

- NFX<sup>16</sup>, dont les ressources documentaires concernent surtout la région. Leurs locaux sont situés au sixième étage de l'Espace International. NFX est un organisme chargé de faire venir les entreprises étrangères ou françaises dans la région. Leur documentation n'est pas ouverte au public. L'activité documentaire de NFX concerne surtout la veille. En effet, leur équipe veille environ 170 périodiques qui sont soit des quotidiens, des hebdomadaires ou des mensuels. La documentation conservée à NFX est essentiellement régionale, voire nationale. Elle concerne certains secteurs d'activités comme par exemple, le secteur automobile, la santé, l'imprimerie, le textile, etc. Cette documentation est utile à NFX pour renseigner les investisseurs qui ont besoin d'informations sur le tissu économique et humain de la région Nord - Pas de Calais, sur les sites d'implantation possibles, sur les modalités et les aides à l'implantation ou sur les infrastructures. Une note de préparation datant de mars 2002 explique que NFX ne répond que très rarement aux demandes extérieures autres que le cadre du traitement de projets d'implantation. L'équipe évite de diffuser leurs argumentaires de promotion du Nord - Pas de Calais car il s'agit de leur produit et de leur valeur-ajoutée qui doivent être protégés de la concurrence.

- la branche internationale de l'ARD<sup>17</sup>, qui va elle-aussi emménager prochainement dans les locaux du troisième étage de l'Espace International. Elle comporte

---

<sup>15</sup> Voir les pages Internet de la CCI Lille Métropole en Annexe XII.

<sup>16</sup> Voir les pages Internet de NFX en Annexe XIII.

<sup>17</sup> Voir la page Internet de l'ARD en Annexe XIV.



plusieurs experts géographiques qui sont chefs des zones pour l'Amérique Latine, la Chine, le Maghreb, la Pologne et le Québec. Par contre, le centre de documentation de l'ARD ne va pas être déplacé. Celui-ci est orienté vers la région et n'est pas ouvert au public.

Le projet de mutualisation consiste à réunir la documentation de tous ces acteurs afin que celle-ci puisse circuler et profiter à tous les locataires de l'Espace International. Il est donc nécessaire avant toute proposition de création de mise en commun, et cela pour chaque acteur de la mutualisation qui possède des la documentation, d'évaluer précisément l'étendue de ses ressources documentaires.

Ce projet est moins avancé que le précédent. En effet, il fallait attendre le déménagement avant que celui-ci soit mis en place, néanmoins, il n'est pas vraiment proche de la réalisation.

### *1.3.3 Les avantages*

L'objectif est de réunir en un seul endroit les ressources documentaires des acteurs nommés ci-dessus, et ainsi mettre en place un système de mutualisation de l'espace documentation pour l'ensemble des locataires de l'Espace International.

Pourtant, même si ce projet a de gros avantages pour tous les locataires de l'Espace International, certains organismes n'ont pas la volonté de participer pleinement à ce projet. En effet, certains acteurs n'ont pas encore compris où se situaient leurs intérêts et préfèrent laisser les choses se faire sans aider à sa réalisation. Ceci est regrettable car avec un peu de bonne volonté de la part de tous les acteurs concernés, le projet pourrait avancer à grands pas et pourquoi pas être proche de sa réalisation, tandis qu'il semble pour le moment que le projet stagne, sans que personne ne prenne de décision, bonne ou mauvaise.

Le problème est que le projet a été lancé sans qu'aucun des acteurs ne semble savoir réellement ce qu'il en est, ni sur quoi celui-ci peut aboutir. Le projet

est en cours de faisabilité sans que les acteurs ne sachent vraiment de quoi il retourne.

Afin de procéder à la réunification des documents et à leur mutualisation, il a été demandé à chacun des locataires de l'Espace International participant au projet d'évaluer avec précision la quantité ainsi que la nature des documents en sa possession.

Cet inventaire pourra sans doute également servir pour le deuxième projet de mise en commun, qui réunit cette fois-ci les notices des centres de documentation des 13 CCI de la région Nord - Pas de Calais, grâce à la prochaine mutualisation de celles-ci dans la base de données documentaire commune Alexandrie.

Les responsables du projet ont donc souhaité connaître l'étendue des ressources documentaires du CRDI. Il fallait donc procéder à un inventaire précis du contenu du centre. Ceci a été grandement facilité grâce à Alexandrie. En effet, tous les documents présents au CRDI étant indexés automatiquement à la réception par la documentaliste, la base de données offrait la possibilité de faire des recherches précises sans avoir à ouvrir individuellement chaque dossier contenant des informations. Elle permettait également d'inclure dans les recherches les documents numérisés non présents sur les étagères.

Comme l'explique Nicholas Fox<sup>18</sup>, les collections régionales, les ressources en ligne et autres prestataires d'information permettent à chaque bibliothèque de répondre à toute une catégorie de demandes de renseignements par des documents d'autres établissements sans que l'utilisateur soit physiquement obligé de quitter le bâtiment. C'est l'un des avantages que constituera la mise en commun des ressources des divers acteurs de la mutualisation, le gain de temps pour l'utilisateur.

On peut aussi mettre l'accent sur le gain de temps pour la documentaliste qui devrait à terme disposer de ressources documentaires qu'elle n'aura pas à indexer, mais à sa disposition sur la base de données en réseau. Elle pourra ainsi trouver

---

<sup>18</sup> Voir notice bibliographique n°1.

rapidement l'information et aura un champ de ressources documentaires grandement élargi, tout en conservant la taille actuelle du centre de documentation. La mutualisation va aboutir à un gain de place par rapport aux ressources actuelles et au nombre de documents qui seront contenus dans la base tout en ne prenant qu'une place virtuelle pour le centre de documentation. La diversité des documents offrira aux utilisateurs des informations plus nombreuses et sans doute plus pointues concernant leurs recherches d'informations.

Ce projet va notamment permettre, après le recensement de toutes les ressources documentaires, de supprimer les doublons, notamment les abonnements de périodiques en commun avec d'autres acteurs de la mutualisation, ce qui devrait entraîner des économies sur le budget des dépenses liées aux abonnements. La suppression des doublons va permettre d'utiliser l'argent réservé aux abonnements pour acquérir de nouvelles ressources documentaires, que les locataires de l'Espace International ne possèdent pas. Cela va permettre d'enrichir davantage la diversité des ressources documentaires en commun avec tous les acteurs de la mutualisation.

## II. Evaluation du CRDI

### 2.1 Méthodologie

N'ayant jamais effectué d'évaluation de centre de documentation, j'ai recherché dès le début de mon stage les ouvrages qui expliquaient la théorie de l'évaluation, mais aussi les techniques à appliquer, car j'avais besoin d'outils concrets pour procéder à l'évaluation du CRDI.

Je me doutais que l'évaluation allait porter sur les documents du centre, mais aussi sur les usagers et leurs besoins. En effet, les ouvrages mentionnaient ce type d'éléments soumis à l'évaluation, mais ils allaient bien plus profondément au cœur du problème que je ne l'imaginai. Tous les critères et toutes les informations relatives au centre ou à son fonctionnement sont en effet susceptibles de représenter un aspect du centre que l'on pourrait inclure dans l'évaluation.

Avant de procéder à cette évaluation, je me suis donc demandée quelles étaient les méthodes à suivre, par où commencer, ce qu'il fallait analyser, sur quoi l'évaluation devait-elle mettre l'accent afin d'être aussi précise que possible et de répondre aux attentes et aux besoins de la documentaliste.

Pour cela, je me suis donc documentée avant de commencer à travailler sur l'évaluation du centre. Je me suis vite rendue compte qu'il fallait très bien connaître le centre de documentation à évaluer, aussi bien son fonctionnement que les ressources documentaires qui le composent.

Dans différents ouvrages qui traitent de l'évaluation des bibliothèques et des centres de documentation, le sujet abordé ainsi que la bibliothèque type choisie pour être l'objet de l'évaluation occupent toujours un champ très vaste. Les auteurs pensent à tous les critères à évaluer en les présentant un par un au lecteur. Ceci est compréhensible dans le sens où l'ouvrage doit servir à tous les types de bibliothèques et ensuite être adapté par la personne procédant à l'évaluation selon

les critères correspondant à sa bibliothèque ou centre de documentation soumis à l'évaluation. Les situations étant toujours sensiblement différentes, les auteurs traitent le sujet de façon large afin que chaque lecteur y trouve son compte et puisse évaluer la bibliothèque le concernant.

C'est ainsi que, dans le cas où je me trouvais, une partie des évaluations concernant, par exemple, les systèmes de prêt ou les ouvrages conservés en magasin, ne pouvait pas s'appliquer au CRDI car celui-ci ne possédait ni l'un ni l'autre.

Il est vrai que la petite taille du CRDI et le logiciel documentaire Alexandrie rendaient l'évaluation possible par une seule personne et cela pendant le temps qu'il m'était imparti pour réaliser mon stage.

Au début des ouvrages traitant de l'évaluation que j'ai consultés, une place importante précise le type d'évaluation à effectuer selon le type de personne qui la demande. Ainsi, les résultats de l'évaluation sont présentés de différentes façons suivant les destinataires et les demandeurs de celle-ci.

Une grande place était également attribuée à la gestion et l'évaluation de l'utilisation des budgets alloués à la documentation au sein des organisations, ainsi que de la nécessité d'évaluer la bibliothèque ou le centre de documentation afin de prouver aux autorités ou aux responsables que le centre avait toutes les raisons d'exister et d'obtenir des crédits et parfois même pour obtenir une augmentation des crédits alloués au centre de documentation.

L'évaluation représente en quelque sorte une justification de l'existence du centre. C'est grâce à elle que le centre va continuer à fonctionner. Elle semble donc réellement indispensable. Pourtant, pendant tout le long de mon stage, j'ai pu remarquer que le budget n'était pas à l'ordre du jour dans les évaluations du CRDI. En effet, ma mission concernait surtout les documents du centre ainsi que les besoins des usagers. Il est vrai que Norcomex faisant partie d'une institution publique et le centre étant financé entièrement par des fonds public, on peut sans

doute se figurer que les fonds lui sont alloués automatiquement et qu'il n'y a pas besoin de justification pour les obtenir.

Comme l'explique Florence Muet<sup>19</sup>, le financement d'un centre de documentation est majoritairement indirect, c'est-à-dire que le principal des ressources provient de l'amont, de bailleurs de fonds et non de l'aval, de la vente de prestations.

Les premiers ouvrages traitant de l'évaluation des bibliothèques que j'ai consultés mentionnaient le terme de "tableau de bord" qui m'était inconnu jusqu'alors. Il s'agit en fait d'un système regroupant des indicateurs qui, une fois regroupés, permettent d'obtenir des informations significatives sur les activités du centre de documentation.

Le tableau de bord est un outil utilisé pour procéder à l'évaluation constante et régulière du centre pour lequel il a été créé. En effet, chaque centre ayant un mode de fonctionnement qui lui est propre, un tableau de bord doit être créé pour chaque centre à évaluer. Je pourrai même ajouter qu'un tableau de bord est construit pour chaque destinataire. Les indicateurs sélectionnés seront différents suivants tous les critères entrant en jeu dans l'évaluation à effectuer.

Il y a différents types d'objectifs et de critères à retenir pour l'évaluation d'un centre de documentation. Pour Bernard Chevalier<sup>20</sup>, il faut commencer par identifier ces différentes composantes à prendre en compte. Ainsi, on peut dénombrer, entre autres, les critères de fonctionnement du centre, les visiteurs ciblés, les visiteurs actuels, les documents, les supports, l'informatisation, le personnel, le cadre, etc.

Une fois que les objectifs et les missions du centre ont été défini, ce que j'ai déjà décrit en ce qui concerne le CRDI dans le paragraphe sur les missions du CRDI (1.2.1), il faut ensuite procéder à l'évaluation des ressources documentaires, afin de comparer celles-ci aux missions et services proposés par le CRDI et pouvoir

---

<sup>19</sup> Voir notice bibliographique n°9.

<sup>20</sup> Voir notice bibliographique n°4.

établir l'existence ou non d'écarts entre les missions et services à fournir et les documents qui composent le centre à l'heure actuelle.

Bernard Challenge<sup>21</sup> explique que l'évaluation d'une collection ou d'un public dépend essentiellement des objectifs définis en amont par la bibliothèque et que dans la réalité concrète d'une évaluation, on prête attention surtout aux indicateurs que l'on souhaite voir évoluer.

Il faut ensuite procéder à l'évaluation des usages des utilisateurs du centre afin de d'observer si leurs besoins correspondent bien aux services offerts par le centre. Car pour mesurer les résultats de l'activité de la bibliothèque, il faut pouvoir déterminer si les utilisateurs existants s'estiment satisfaits des services qui leur sont rendus au sein du centre de documentation.

En effet, comme l'explique Thierry Giappiconi<sup>22</sup>, les dimensions qualitatives de contenu et quantitatives d'usage ne peuvent être isolés ou opposés. Autrement dit, la fréquentation du centre et l'utilisation des documents dépendent de la qualité des ressources documentaires.

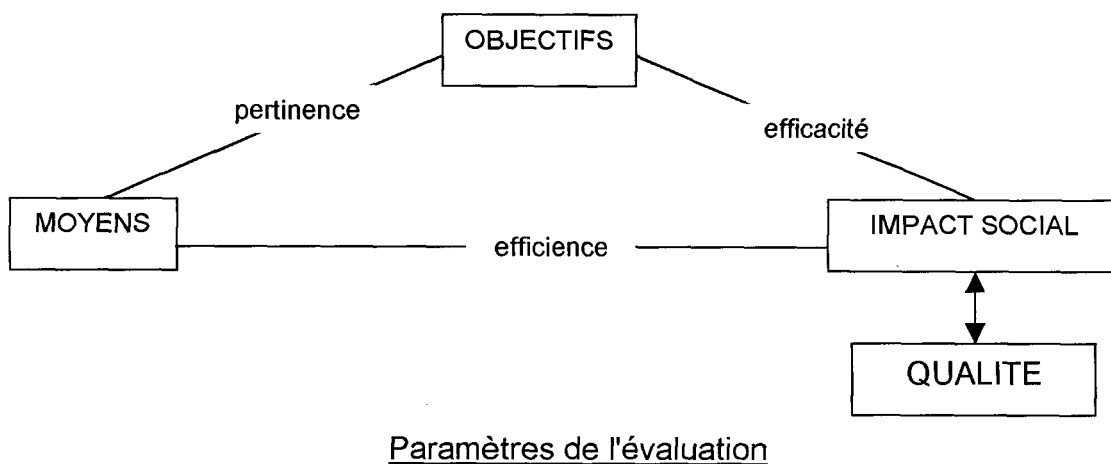
On procède donc à la sélection d'indicateurs qui vont aider à déterminer si les objectifs sont atteints. Ces indicateurs sont des outils de calcul. Afin de procéder à l'évaluation du CRDI comme le définit la norme ISO 11620<sup>23</sup> qui concerne l'évaluation des bibliothèques et centres de documentation : "Processus consistant à estimer l'efficacité, l'efficacité et la pertinence d'un service ou d'une installation". Il s'agit ici de mesurer les écarts entre trois types d'indicateurs .

---

<sup>21</sup> Voir notice bibliographique n°3.

<sup>22</sup> Voir notice bibliographique n°8.

<sup>23</sup> Idem.



On distingue donc :

- l'efficacité. C'est la mesure du degré d'accomplissement d'objectifs donnés, c'est-à-dire des écarts entre les objectifs et les résultats.
- l'efficience. C'est la mesure de l'utilisation des ressources pour atteindre un objectif donné, c'est-à-dire des écarts entre les moyens et les résultats.
- la pertinence. C'est la mesure de l'adéquation entre un objectif donné et les ressources dont un centre dispose pour y parvenir, c'est-à-dire des écarts entre les objectifs et les moyens. Il s'agit ici d'évaluer les ressources documentaires, les ressources humaines et les locaux ainsi que les équipements du centre de documentation.

Jean-Philippe Accart<sup>24</sup> donne des exemples d'indicateurs, ainsi, la quantité de documents, le nombre de documents dans la base de données, le nombre de prêts, la fréquentation, le nombre de demandes, le nombre de recherches effectuées, le délai de réponse à une demande, le temps passé à la recherche, le nombre de consultation, le nombre de photocopies, le taux d'emprunt d'un document, le taux de lecture d'une revue ou le nombre d'interrogations de la base données constituent des indicateurs sur lesquels l'évaluation du centre de documentation peut s'appuyer.

<sup>24</sup> Voir notice bibliographique n°2.



Je vais donc décrire l'évaluation des documents du centre de documentation avant d'observer et d'établir les différents besoins et attentes des usagers. Puis je procéderai à l'évaluation des services du centre en comparant les ressources aux besoins.

J'ai beaucoup regretté de ne pas avoir trouvé plus de méthodologie pratique sur l'évaluation des bibliothèques ou des centres de documentation. En effet, la plupart des ouvrages que j'ai consultés restent tous dans la théorie de l'évaluation, alors qu'il me fallait une méthodologie pratique et des outils concrets pour pouvoir débiter la mission d'évaluation.

## 2.2 Inventaire des ressources documentaires

Pour effectuer l'évaluation des documents du CRDI, je pouvais utiliser deux méthodes différentes :

- la méthode quantitative, qui consiste à recenser par exemple le nombre de titres, l'âge des documents, la circulation, la consultation sur place, le niveau d'acquisition ou la disponibilité,

- la méthode qualitative, qui consiste à effectuer entre autres des enquêtes auprès des usagers, afin de pouvoir déterminer si le contenu documentaire du centre les satisfait et donc si les ressources sont de qualité par rapport aux attentes des usagers.

En effet, ce n'est pas parce que le centre possède un grand nombre de documents sur un sujet, un pays ou un secteur d'activité que ceux-ci sont de qualité et riches en informations utiles pour le visiteur. A l'inverse, le centre ne peut pas se permettre de ne posséder qu'un seul document par sujet traité. En particulier pour le CRDI, celui-ci se devrait par exemple de posséder plus d'un seul document par pays.

J'ai estimé que ces méthodes étaient complémentaires et qu'il me fallait effectuer à la fois une étude quantitative pour les documents, mais aussi une enquête qualitative, cette fois auprès du public du CRDI.

Il faut tout d'abord évaluer quantitativement les documents du CRDI, tout en différenciant les différents types existants. Puis, on recense les différents sujets d'intérêts du centre, ainsi que la place qu'occupe chacun d'eux dans l'ensemble des ressources documentaires. Pour le CRDI, je me suis donc appuyée sur la représentation des différents pays et continents mondiaux. J'ai aussi choisi d'évaluer la représentation des différentes catégories de secteurs d'activité ainsi que les activités qui en font partie. La raison de ces deux choix découle de l'observation des demandes générales faites par les visiteurs du centre. Comme je le préciserai dans l'analyse des besoins des utilisateurs, les objets des demandes sont principalement sur un pays ou/et un secteur d'activité.

Dans la méthodologie de Bernard Callenge<sup>25</sup>, il faut lister les supports possédés pour chaque fonds. Autrement dit, pour le CRDI, il faut répertorier tous les supports de documents existants. Ensuite, on peut soit fixer une "échelle de complexité" des documents qui va du niveau 0 : rien n'est possédé dans ce domaine, au niveau 5 : documents extrêmement pointus, soit utiliser d'autres centres d'intérêts, comme par exemple la nature des supports et des types de documents, ou la fraîcheur de la collection. C'est plutôt sur ce dernier type d'indicateurs que je porterai mon évaluation des ressources documentaires du CRDI.

Ensuite, il faut croiser les différents critères en utilisant la méthode des prorata, c'est-à-dire du pourcentage relatif à la valeur d'un autre critère. On obtient le pourcentage relatif à la combinaison des deux valeurs de ces critères.

---

<sup>25</sup> Voir notice bibliographique n°3.

	Ouvrages de moins de 10 ans = 40%	Ouvrages de plus de 10 ans = 60%	Age de la collection = 100%
Sciences et techniques = 20%	d'où 8%	d'où 12%	
Autres domaines = 80%	d'où 32%	d'où 48%	
Contenus de la collection = 100%			

Exemple de tableau pour la méthode des prorata

En utilisant ce type de tableau pour évaluer les documents récents du fonds documentaires, on peut obtenir les tendances d'évolution de la collection, et déterminer les apports en ressources documentaires à un secteur plutôt qu'à un autre. Cela permet de déterminer quelles orientations donner aux futures acquisitions du centre de documentation en respectant les objectifs et les missions de celui-ci.

Comme l'explique Bernard Callenge<sup>26</sup>, on ne peut établir une politique documentaire sans faire une analyse préalable de l'existant. Il s'agit donc d'évaluer d'un côté les ressources documentaires possédées par le CRDI, puis d'évaluer le ou les publics fréquentant le centre de documentation.

D'autre part, pour mener l'analyse des collections, Bernard Callenge propose d'évaluer les usages du fonds. Pour ce qui est du CRDI, il ne peut s'agir que des usages en consultation sur place. Il faut établir un "collection sample" ou état d'activité qui s'appuie sur les sorties de chacun des documents dans un secteur donné. Ce type de comptage est difficile à appliquer à un usage en consultation sur place, mais je propose par exemple de l'inclure dans le tableau de bord effectué par la documentaliste, car c'est elle qui s'occupe de fournir les documents aux visiteurs.

<sup>26</sup> Voir notice bibliographique n°3.

Néanmoins, ce n'est pas parce que les documents sont sortis qu'ils sont obligatoirement utilisés.

Thierry Giappiconi<sup>27</sup> propose plusieurs indicateurs d'évaluation à prendre en compte, j'ai sélectionné ceux qui pouvaient s'appliquer au CRDI.

#### Méthodologie de l'évaluation quantitative :

##### *Décompte du nombre de titres ou d'articles*

- Objectif :

Évaluer le niveau de couverture du sujet par la diversité des titres.

- Méthode :

Décompte du nombre de titres.

- Interprétation (avantages, inconvénients, limites, facteurs affectant le résultat) :

Indication qualitative dans segment peu développé. Mais grand nombre peut être égal à obsolète.

Cette évaluation est effectuée pour chaque pays (2.2.2) et chaque secteur (2.2.3).

##### *Age des collections*

- Objectif :

Évaluer si l'information est à jour.

- Interprétation (avantages, inconvénients, limites, facteurs affectant le résultat) :

Permet d'attirer l'attention sur la stagnation du développement d'une collection. Mais le critère de nouveauté est relatif. Constater si la collection demeure vivante ou non.

---

<sup>27</sup> Voir notice bibliographique n°8.

Ainsi, lorsque l'on observe la date des documents possédés par le CRDI en juin 2003 :

oct-01	5
nov-01	2
déc-01	2
janv-02	1
févr-02	6
mars-02	7
avr-02	8
mai-02	11
juin-02	11
juil-02	22
août-02	16
sept-02	48
oct-02	94
nov-02	53
déc-02	94
janv-03	72
févr-03	70
mars-03	66
avr-03	62
mai-03	59
juin-03	35

Certains documents sont plus anciens et ont été acquis par le CRDI avant octobre 2001, mais ainsi, on remarque bien la fraîcheur des documents du CRDI, ainsi que le désherbage fréquent effectué par la documentaliste qui supprime les documents qui sont devenus obsolète par leur âge. Le fonds documentaires est donc renouvelé constamment et les informations restent pertinentes.

#### *Taux d'utilisation sur place des documents*

##### **- Objectif :**

Evaluer le taux d'utilisation des collections en estimant la proportion des documents en usage à n'importe quel moment. Cet indicateur peut aussi être utilisé pour évaluer l'adéquation de la collection aux demandes de la population à desservir.

##### **- Méthode :**

Observation. Méthodes d'enquête.

- Interprétation (avantages, inconvénients, limites, facteurs affectant le résultat) :

Les variations saisonnières ou au cours d'une même année peuvent être importantes.

Pour pouvoir procéder à cette évaluation dans le CRDI, il faudrait faire usage du tableau de bord (2.3.1), ce qui veut dire que ces informations seraient remplies par la documentaliste. On peut aussi utiliser les analyses de l'enquête de satisfaction qui a été entamée auprès des visiteurs(2.3.3.2).

#### *Nombre de téléchargements ou d'impressions*

- Objectif :

Evaluer le nombre et la proportion de réponse aux besoins documentaires des usagers fournis par les services électroniques.

- Méthode :

Observation ou enquête.

L'enquête de satisfaction (2.3.3.2) pourrait ici aussi donner des indications sur le type et le nombre de documents photocopiés ou imprimés par le visiteur.

#### Méthodologie de l'évaluation qualitative :

Thierry Giappiconi<sup>28</sup> explique que les collections, les équipements et les services offerts par le personnel (produit), l'attente et les formalités exigées du public, le montant des frais d'inscription ou de paiement (prix), les heures d'ouverture, l'accessibilité des bâtiments ou des services à distance (place), l'opportunité des initiatives de communication de masse, de relations publiques ou

---

<sup>28</sup> Voir notice bibliographique n°8.

de présence dans les médias, sont en toute logique mesurables à l'aune de l'opinion des destinataires.

Tant que l'offre documentaire dictée par les missions répond à des besoins perçus comme tels par la population (formation, information, culture), l'approche qualité se révèle largement pertinente. Si l'on prend, par exemple, un objectif tel que la fourniture d'informations juridiques à des artisans ou des commerçants, il est indéniable que la prise en compte de l'opinion des usagers relève du bon sens. Soit la bibliothèque parvient à leur fournir l'information qu'elle est censée devoir leur fournir, et le service peut être légitimement considéré comme bon, soit elle n'y parvient pas, et le service pourra à bon droit être considéré comme mauvais.

Ainsi, le fait de demander leur opinion aux usagers du CRDI permet d'obtenir des renseignements sur leur satisfaction, et donc sur le degré de réalisation des missions du CRDI:

La présence du logiciel Alexandria a grandement facilité l'évaluation des ressources documentaires du CRDI. En effet, les données bibliographiques sont structurées dans le logiciel de façon à multiplier les critères de recherche de documents pour les visiteurs ou pour la documentaliste, mais aussi à offrir de nombreuses possibilités de tri pour les besoins de la gestion des collections. Toutes ces données peuvent fournir des informations utiles pour évaluer les collections.

Je décrirai donc tout d'abord les différents types de documents du CRDI, puis je décrirai l'évaluation des deux orientations du CRDI, à savoir les pays d'un côté, et les secteurs d'activité de l'autre.

### 2.2.1 Les différents types de documents

Les documents du CRDI se présentent sur deux types de supports :

- Tout d'abord sur support papier, on trouve les périodiques, les dossiers pays, les ouvrages, les études de marché et les répertoires d'adresses.
- Sur support numérique, on trouve les CD-Roms et la base de données Alexandrie, contenant les notices et les documents numérisés.

Etant donné que l'outil d'évaluation des ressources documentaires est une base de données informatisée, je n'ai pas jugé utile de différencier les supports des documents lors de l'évaluation que j'ai effectuée. En effet, il me semble qu'un document papier peut tout à fait être évalué de la même façon qu'un document numérique, pour ce qui concerne la quantité. Ils comportent tous les deux de l'information, et l'un comme l'autre peut se révéler pertinent ou non par rapport au reste des ressources documentaires. Il est vrai qu'un document numérisé pourra être consulté par plusieurs personnes en même temps, tout en ne représentant qu'un document dans la base informatisée.

De plus, pour ce qui concerne la fiabilité des différents types de supports, les documents du CRDI n'étant pas destinés à être conservés pendant une longue période de temps, on peut dès à présent considérer qu'il n'y a pas de problème pour la conservation ou les risques de détérioration des documents sur support papier.

Le décompte s'effectue donc suivant les différents types de documents du CRDI. On peut ainsi différencier :

- les périodiques,

Ils se composent des journaux et des revues. Leur périodicité est parfois très diverse. Il y a en effet des quotidiens<sup>29</sup>, des revues hebdomadaires, des revues

---

<sup>29</sup> Ce sont les journaux.



bimensuelles, mensuelles, bimestrielles, trimestrielles et semestrielles. Les revues bimestrielles, trimestrielles et semestrielles sont composées en majorité des revues des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie implantées à l'étranger.

J'ai pu comparer la liste des périodiques avec une autre liste mais cette fois-ci des périodiques dont l'abonnement avait toujours cours au CRDI, au contraire de celle que j'ai réalisée qui contient tous les titres de périodiques du CRDI. Cette liste avait été effectuée en février 2002 afin de recenser le nombre d'abonnements du CRDI ainsi que la périodicité et le tarif d'abonnement de chacun des périodiques.

Cette liste comporte 59 abonnements en cours à des périodiques régionaux, nationaux ou internationaux. C'est par ailleurs cette liste qui m'a servie de point de départ pour recenser les différents périodiques dont le centre dispose.

Le décompte que j'ai effectué, notamment grâce à Alexandrie, a abouti au nombre de 76 titres de périodiques différents dont 49 abonnements en cours et 27 qui ne sont plus en cours d'abonnement au CRDI<sup>30</sup> mais dont certains numéros ont été conservés, souvent parce que ce sont des périodiques étrangers qui contiennent des articles pertinents et qui n'ont pas été remplacé par une information plus récente.

Pour ce qui concerne les tarifs des abonnements et comme je l'ai expliqué plus haut, je n'ai pas traité ce qui concernait le budget du centre. Je n'ai donc pas eu à aborder la question du coût des abonnements. Je sais néanmoins que l'on peut éditer la liste des derniers tarifs d'abonnement aux périodiques en cours grâce à Alexandrie.

La liste a notamment permis à la documentaliste de connaître l'état de la réception des numéros des périodiques en cours d'abonnement. En effet, depuis le déménagement et même si le changement d'adresse a été envoyé aux différents responsables des abonnements des périodiques, certains numéros n'arrivent pas au

---

<sup>30</sup> Voir la liste des périodiques en Annexe XV.

CRDI ou bien sont encore envoyés à l'ancienne adresse du Palais de la Bourse, d'où ils ne sont pas tout de suite redirigés.

La documentaliste doit donc relancer, parfois pour plus de la première fois, les éditeurs des périodiques dont l'abonnement a été payé mais dont les derniers numéros ne sont pas arrivés au centre. Une partie du travail de la documentaliste concerne aussi le suivi des abonnements et des commandes. C'est un travail logistique qui prend souvent du temps.

Par contre, la revue trimestrielle *Norcomex Informations* étant éditée et réalisée par Norcomex, les numéros arrivent au centre avant même leur réception par les abonnés de la revue !

Pour ce qui concerne le support numérique, le CRDI est abonné au *Monde*, ce qui permet de télécharger les articles intéressants pour le centre sans avoir à les scanner et les numériser. Cela permet aussi d'accéder aux anciens numéros du journal, alors que ceux-ci n'ont pas été gardés sous format papier au centre.

Les articles sont extraits des périodiques et placés soit dans la base de données où ils sont numérisés, soit dans les dossiers pays.

#### - les études de marché et les répertoires d'adresses

Ce sont les ouvrages édités par le Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE) qui sont téléchargés puis imprimés au centre. Comme je l'ai déjà expliqué, le CRDI est le relais du CFCE dans la région Nord - Pas de Calais et grâce à un abonnement annuel, le CRDI peut télécharger et imprimer toutes les ressources documentaires du CFCE qui concernent les objectifs du centre.

Chaque étude de marché concerne un secteur d'activité dans un pays ou un groupe de pays donné. Il s'agit d'une description très détaillée des conditions de commerce de ce secteur, ainsi que des dernières tendances du marché dans le pays.

Les répertoires d'adresses établissent quant à eux la liste des professionnels du secteur dans le pays donné. Il s'agit aussi bien des producteurs et fabricants que des distributeurs ou agents dans le pays.

Le CRDI comporte ainsi une centaine d'études de marché ou de répertoires d'adresses<sup>31</sup>. Ceux-ci sont composés d'une vingtaine à quelques centaines de pages, selon la richesse de l'activité dans le pays et le nombre d'informations importantes à fournir. Ils datent tous en majorité des années 2000, 2001 ou 2002. Il est vrai que pour ce type d'informations commerciales, les ressources doivent être mises à jour le plus rapidement possible et les études de l'an 2000 ne sont peut-être plus très au fait de l'actualité économique, mais il faut également prendre en compte le fait que certains secteurs ou pays ne sont pas traités chaque année et qu'il faut aussi baser les acquisitions sur ce qui est édité. C'est ainsi que le centre garde des ressources documentaires car celles-ci n'ont pas été renouvelées.

Ce genre d'informations commerciales coûte très chères car les informations sont très difficiles à rassembler, et doivent être précises et valides, surtout quand cela concerne des adresses de professionnels. Ce qui explique que le CFCE les commercialise. Cela représente une sorte de garantie que l'information sera vérifiée et de qualité.

Le CRDI, en tant qu'antenne du CFCE, a la possibilité de revendre les études ou les répertoires aux usagers du CRDI, le plus souvent des entreprises, au prix de revente du CFCE.

Néanmoins, le visiteur du CRDI peut consulter le nombre d'études et de répertoires qu'il souhaite pour le prix du droit d'entrée au CRDI de 5€ par jour. La documentaliste peut même télécharger et imprimer une étude ou un répertoire spécialement pour le visiteur qui demande l'information sur un secteur ou un pays. Cela permet donc à tout le monde d'avoir accès à l'information. Le visiteur a même ensuite le possibilité d'imprimer les pages qui l'intéresse jusqu'à l'auteur de 10% de

---

<sup>31</sup> Voir la liste des études de marché et des répertoires d'adresses en Annexe XVI.

l'ouvrage. Sinon, l'utilisateur peut acheter l'étude ou le répertoire, mais ne peut pas l'emprunter.

Les ressources documentaires du CRDI sont donc à mettre en relations avec les éditions du CFCE. En effet, à chaque demande d'information, la documentaliste peut, après avoir regardé dans la base Alexandrie si l'information était présente, consulter le site Internet du CFCE, et rechercher l'information demandée. Elle peut aussi comparer les informations du centre avec les éditions du CFCE afin de trouver pour le visiteur l'information la plus récente possible.

#### - les CD-Roms,

Le CRDI compte environ 70 CD-Roms<sup>32</sup> auxquels il faut ajouter les quatre CD-Roms Kompass, qui sont les CD-Roms les plus utilisés par la documentaliste et les visiteurs du CRDI. En effet, ces CD-Roms, renouvelés tous les six mois, comportent toutes les informations concernant les entreprises du monde. Le CRDI possède les CD-Roms de la zone Europe de l'Ouest, Europe de l'Est, Afrique - Moyen Orient et Asie - Pacifique. L'utilisateur peut se servir des critères de recherche proposés par l'interface du CD-Rom pour affiner celle-ci et obtenir l'information sur le secteur et le pays qui l'intéressent. Ainsi, on peut sélectionner le pays, le type d'entreprise, fabricante ou distributrice, importatrice ou exportatrice, le nombre d'employés et le secteur d'activité avec la possibilité de cumuler différents secteurs.

Les autres CD-Roms du CRDI ne sont que très peu utilisés, sans doute car les utilisateurs potentiels ne connaissent pas leur contenu. Ils sont pourtant indexés dans la base de données du CRDI.

Vers la fin de ma période de stage, le CRDI a acheté le CD-Rom Astrée, qui ressemble beaucoup aux CD-Roms Kompass, si ce n'est que celui-ci prétend contenir davantage d'adresses d'entreprises que le Kompass. Je n'ai pas eu

---

<sup>32</sup> Voir la liste des CD-Roms en Annexe XVII.

l'occasion de l'utiliser, mais j'estime que ces deux CD-Roms, c'est-à-dire Astrée et Kompass, sont en quelque sorte complémentaires et devraient être présentés tous les deux aux visiteurs recherchant des adresses d'entreprises à l'étranger. Cela augmente la qualité du service que le CRDI peut fournir.

- les filiales françaises,

Ce sont les dossiers qui contiennent les adresses des entreprises françaises qui ont des filiales ou des implantations dans les pays étrangers. Pour chaque pays, le Centre possède les coordonnées des entreprises françaises dans le pays étranger mais aussi l'adresse de l'entreprise en France, ce qui permet de la contacter. Ces informations ont aussi un coût mais peuvent être consultées au CRDI.

Le CRDI possède les adresses de filiales françaises dans 56 pays différents<sup>33</sup>. Ces dossiers sont en majorité consultés par les étudiants qui souhaitent partir à l'étranger dans le cadre d'un stage ou d'un premier emploi. Il serait utile de les mettre à jour régulièrement car les informations commerciales perdent vite de leur valeur.

- les Maison des Français à l'étranger,

Ces ouvrages proviennent tous du CD-Rom *Maison des Français à l'étranger* auquel le CRDI est abonné. Il s'agit d'ouvrages dont le nombre de pages varie entre cinquante et cent et qui présentent pour chaque pays du monde toutes les informations utiles à l'implantation d'un français dans ce pays. Il s'agit donc d'informations pratiques sur les formalités à accomplir ou sur le mode de vie dans le pays. Chaque ouvrage, correspondant à un pays, est imprimé à partir du CD-Rom puis rangé dans le dossier pays correspondant et indexé dans la base de données.

---

<sup>33</sup> Voir la liste des filiales françaises en Annexe XVIII.

Le CRDI possède une centaine d'ouvrages issus du CD-Rom<sup>34</sup>. Celui-ci est réédité périodiquement, mais tous les pays ne sont pas concernés par chaque réédition. Les informations ne sont donc pas renouvelées tous les ans. Un grand nombre d'ouvrages a été imprimé en 1998, 1999 et 2000. Il faut se poser la question de savoir si les informations contenues dans les ouvrages sont encore d'actualité. Bien sûr, il est utile de conserver les ouvrages si les informations sur les pays n'ont pas été réédités. Néanmoins, il semblerait logique que les ouvrages de 1998 ont déjà fait l'objet d'une réédition depuis.

- les ouvrages,

Le reste des ouvrages du CRDI, c'est-à-dire ceux qui ne sont pas des études de marché, des répertoires d'adresses, des adresses de filiales françaises à l'étranger ou des ouvrages de la collection Maison des Français à l'étranger, est composé d'ouvrages de type monographique qui sont rangés sur les étagères du CRDI. Ceux-ci ont des sujets de natures très diverses et complètent les ressources documentaires du centre. Certains ouvrages ont été édités par les missions économiques dans les pays correspondants, ou par le CFCE qui édite des ouvrages économiques pratiques. Le CRDI a aussi acquis les annuaires de différents pays. Il y a en tout une centaine d'ouvrages<sup>35</sup>.

### 2.2.2 Les pays

Pour évaluer la représentation des pays au CRDI, j'ai utilisé Alexandrie pour obtenir le nombre de documents concernant chaque pays. Il fallait tout d'abord établir la liste des pays qui étaient représentés au CRDI.

---

<sup>34</sup> Voir la liste des ouvrages Maison des Français à l'étranger en Annexe XIX.

<sup>35</sup> Voir la liste des ouvrages en Annexe XX.

Tous les pays représentés au CRDI ont un dossier pays<sup>36</sup>, et donc la base de données contient des ressources documentaires sur ce pays. Néanmoins, le nombre de documents par pays est variable selon les différents pays.

Ainsi, lorsque l'on établit le décompte des tous les documents possédés par le centre, pour chaque pays, on obtient :

Europe occidentale

Allemagne	102
Autriche	19
Belgique	46
Chypre	13
Danemark	21
Espagne	95
Finlande	10
France	108
Grèce	21
Irlande	15
Italie	55
Luxembourg	5
Norvège	13
Pays-Bas	30
Portugal	22
Royaume-Uni	74
Suède	22
Suisse	17
Turquie	35
Union Européenne	90
Europe	62

Europe de l'est

Pays baltes	7
Albanie	2
Azerbaïdjan	2
Bosnie-Herzégovine	3
Bulgarie	10
Croatie	2
Estonie	5
Hongrie	29
Lettonie	6
Lituanie	7
Ouzbékistan	3
Pologne	35
République de Macédoine	2
République Tchèque	30
Roumanie	15
Russie	51
Slovaquie	17
Slovénie	7
Ukraine	8

Océanie

2

Australie	11
Nouvelle Zélande	6
Indonésie	14
Philippines	14

Amérique du Nord

Canada	36
Etats-Unis	79

<sup>36</sup> Certains dossiers pays regroupent plusieurs pays limitrophes.

Afrique

80

Afrique du Nord	10
Afrique du Sud	11
Algérie	31
Angola	3
Bénin	4
Botswana	1
Burkina Faso	5
Cameroun	10
Centre-Afrique	5
Congo	10
Côte d'Ivoire	15
Egypte	14
Ethiopie	4
Gabon	6
Gambie	1
Ghana	6
Guinée	4
Kenya	8
Libye	5
Madagascar	16
Mali	4
Maroc	36
Maurice	16
Mauritanie	5
Mozambique	6
Nigeria	8
Rwanda	3
Sénégal	15
Seychelles	2
Sierra Leone	1
Soudan	2
Tanzanie	2
Tchad	2
Togo	3
Tunisie	18
Zambie	1
Zimbabwe	5

Moyen-Orient

16

Arabie Saoudite	23
Bahreïn	5
Emirats Arabes unis	14
Irak	20
Iran	13
Israël	14
Jordanie	11
Koweït	5
Liban	13
Oman	2
Pakistan	10
Qatar	4
Syrie	9
Yémen	4

Asie et Pacifique

Australie	11
Bangladesh	4
Birmanie	2
Cambodge	7
Chine	88
Corée du Nord	10
Corée du Sud	30
Hong Kong	42
Inde	26
Indonésie	14
Japon	56
Laos	4
Malaisie	16
Nouvelle Zélande	6
Philippines	14
Singapour	10
Taiwan	34
Thaïlande	12
Vietnam	15



## Amérique latine

Amérique centrale	4
Amérique latine	12
Amérique du sud	3
Argentine	22
Bolivie	6
Brésil	40
Caraïbes	5
Chili	12
Colombie	9
Costa Rica	5
Cuba	9
El Salvador	3
Equateur	4
Guatemala	4
Haïti	3
Mexique	23
Nicaragua	3
Panama	6
Paraguay	3
Pérou	9
République dominicaine	5
Surinam	1
Uruguay	7
Vénézuéla	20

Ainsi, on peut remarquer que certains pays sont plus représentés dans les ressources documentaires du CRDI que d'autres, mais cela s'explique entre autre par la présence des filières géographiques (Allemagne, Espagne, Asie). Pourtant, certains pays devraient être plus représentés, notamment en ce qui concerne l'Europe de l'Est.

Néanmoins, ce n'est pas parce que le CRDI ne possède pas ou peu de documents sur un pays que la documentaliste ne trouvera pas d'informations.

### 2.2.3 Les secteurs d'activité

Pour évaluer la représentation des secteurs d'activité au CRDI, j'ai utilisé Alexandria pour obtenir le nombre de documents concernant chaque secteur d'activité. Comme précédemment, on compte par secteur d'activité le nombre de documents qui correspondent. Pour obtenir une liste des secteurs d'activité, j'ai utilisé la liste des secteurs d'activité proposée par le site Internet des missions économiques<sup>37</sup> ([www.dree.org](http://www.dree.org)).

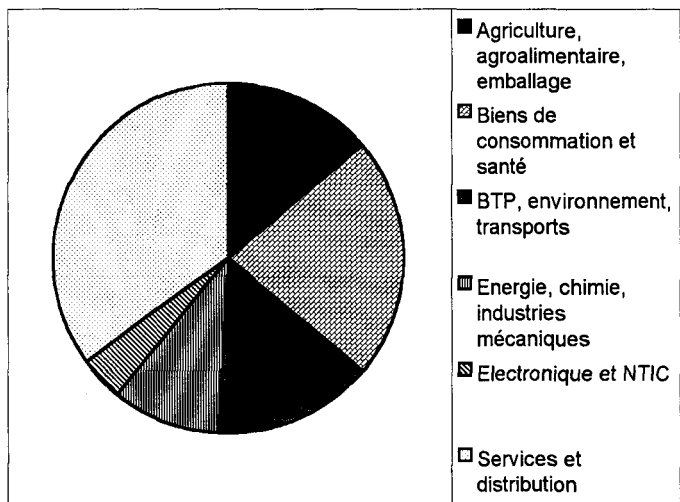
Activité bancaire	5
Agriculture	27
Agro-alimentaire	14
Ameublement	13
Arts de la table	9
Assurance	3
Automobile	26
Banques	14
Bâtiment	3
Bijouterie	7
Bois	5
Boissons	18
Caoutchouc	5
Chimie	17
Commerce de gros	3
Communication	3
Construction aéronautique	14
Construction ferroviaire	41
Construction navale	4
Déchets	3
Distribution	145
Eaux	7
Edition	1
Education	8
Electricité	17
Electronique	16
Emballage	4
Enseignement	4
Environnement	18

Finance	16
Habillement	26
Hygiène	16
Immobilier	4
Imprimerie	1
Information	10
Informatique	5
Intermédiaire	6
Loisirs	2
Matières premières	1
Mécanique	1
Métallurgie	2
Papier	3
Pêche	30
Plastique	13
Poste	2
Energie	17
Publicité	3
Recherche	5
Restauration	1
Santé	84
Services	28
Sidérurgie	2
Télécommunications	11
Textile	13
Tourisme	9
Transports	5
Verre	1
VPC	2

<sup>37</sup> Voir la liste des secteurs d'activités en Annexe XXI.

Les secteurs sont regroupés en quatre catégories de secteurs d'activité. On peut ainsi regrouper les documents pour chacun des six secteurs, on obtient alors :

Agriculture, agroalimentaire, emballage	108
Biens de consommation et santé	170
BTP, environnement, transports	115
Energie, chimie, industries mécaniques	77
Electronique et NTIC	32
Services et distribution	270



A nouveau, on obtient les tendances du développement des ressources documentaires du CRDI. A partir des documents déjà acquis, on doit pouvoir compléter et développer les secteurs les moins représentés. Néanmoins, il faut garder à l'esprit que les demandes des visiteurs ont peut être provoqué ce genre de développement, le CRDI acquérant des ressources pour satisfaire les demandes de recherche d'information.

Il faut pourtant garder à l'esprit les missions du CRDI qui sont de fournir de l'information sur tous les secteurs et les pays. Donc le développement des secteurs et des pays les moins représentés est justifié, même si les visiteurs ne consultent pas l'information. Le centre peut en effet accueillir davantage de visiteurs, comme je l'expliquerai ultérieurement (3.2.2).

## 2.3 Analyse de l'activité

Il s'agit ici de connaître l'activité du centre ainsi que les attentes et les besoins des usagers actuels.

### *2.3.1 La réalisation d'un tableau de bord hebdomadaire*

Lors de mon arrivée, chaque membre de l'équipe Norcomex devait remplir une feuille de compte-rendu hebdomadaire appelée "points saillants". La feuille est identique pour tous les membres, même si leurs activités sont différentes. L'objectif est ici de rendre compte du nombre de contacts hebdomadaires de chaque membre. Il s'agissait d'inscrire le nombre d'appels ou de visites par semaine.

Au cours de mes lectures, j'ai rencontré plusieurs fois le terme de "tableau de bord" pour pouvoir évaluer les activités d'une bibliothèque. Il suffit de sélectionner les bons critères et de les ordonner pour qu'ils produisent du sens. J'ai donc procédé à la réalisation d'un tableau de bord décrivant l'activité du centre. Il s'agit donc d'un tableau de bord spécifique aux activités du CRDI<sup>38</sup>.

N'étant pas une experte en informatique, je n'ai pu réaliser qu'un modèle à remplir sous Word. Celui-ci demande à la documentaliste par exemple le nombre de visites d'étudiants au centre, la documentaliste n'a plus qu'à saisir le chiffre pour passer à la question suivante. Lorsque toutes les questions ont été posées, le modèle met les réponses en forme et l'on peut ainsi l'imprimer chaque semaine pour avoir un compte-rendu de la semaine.

Si mes connaissances en informatique avaient été meilleures, j'aurais souhaité pouvoir réaliser une page qui envoie directement les données sous Excel et les traite tout seul, malheureusement je n'ai pas les compétences nécessaires.

---

<sup>38</sup> Voir le modèle du tableau de bord en Annexe XXII.

Le tableau de bord que j'ai réalisé peut servir à la documentaliste pour se rendre compte de l'activité hebdomadaire, puis mensuelle du CRDI. Il permet aussi de se rendre compte des secteurs d'activité et des pays qui sont le plus demandés. Cela peut donner des pistes pour le développement du fonds.

### 2.3.2 *Les usages des employés*

#### 2.3.2.1 Réalisation des entretiens

Afin de connaître les besoins en information des employés de Norcomex, j'ai réalisé une série d'entretiens individuels avec chacun d'eux. L'objectif était de connaître leurs besoins en information, mais aussi leur méthode et leurs outils de recherche. Je souhaitais aussi savoir si les employés utilisaient ou non le logiciel de base de données Alexandrie, accessible à tous sur le réseau Intranet de Norcomex. Il est vrai que le personnel de Norcomex n'est pas le premier public visé par le Centre, mais une partie des employés utilise les informations du centre dans le cadre de leur activités.

Alexandrie est en place à Norcomex depuis juin 2002, et je voulais connaître son degré d'utilisation par les personnes qui y ont accès, ainsi que leurs avis et leurs impressions sur ce logiciel.

J'ai donc réalisé un guide d'entretien<sup>39</sup> qui comporte une quarantaine de questions ouvertes avec certaines questions plus précises dans le but de faire parler les interviewés à propos de leurs pratiques documentaires. L'objectif était d'obtenir, grâce à l'entretien avec les employés, le profil et les besoins documentaires de chacun.

L'enquête est ici de type qualitatif, comme je l'avais déjà fait cette année en cours lors de l'analyse des usages d'Internet. Par contre, à la différence des enquêtes réalisées pour les cours, qui étaient enregistrées et qui demandaient

---

<sup>39</sup> Voir le guide d'entretien en Annexe XXIII.

ensuite une retranscription fidèle, ce qu'il est possible de faire lorsque l'on a deux ou trois personnes à interviewer, j'ai procédé à des entretiens pendant lesquels je prenais note des réponses des employés de Norcomex, de façon à pouvoir synthétiser leurs réponses dans un compte-rendu de l'entretien individuel.

En effet, l'équipe se composant de 12 personnes, je pouvais difficilement enregistrer des conservations d'au moins un quart d'heure pour les plus courtes puis les retranscrire. Cela aurait pris un temps considérable alors que l'objectif de l'entretien est, je le rappelle, de déterminer les besoins en informations des employés et leur méthode pour les obtenir. La prise de notes peut très bien faire ressortir les usages de chacun. Il ne s'agit pas ici de s'intéresser aux silences révélateurs ou aux non-dits. Je suis partie du principe que les interviewés n'auraient pas de réticence à répondre aux questions, et qu'ils souhaiteraient volontiers participer à l'évaluation du centre.

Les questions du questionnaire sont divisées en plusieurs parties qui abordent différents sujets. Le premier sujet concerne l'activité de la personne. Il est composé de trois questions qui visent à connaître la fonction, les tâches de l'employé ainsi que la date depuis laquelle celui-ci est entré à Norcomex.

La deuxième série de questions aborde le sujet de la recherche d'information. En effet, il est important de savoir comment les employés vont rechercher l'information. Les questions traitent du besoin d'information pour accomplir les fonctions de l'employé, ainsi que de la durée des recherches et de la méthode de recherche utilisée avant d'aboutir à l'information recherchée. Je voulais aussi connaître les impressions de la personne, car certains aiment à passer du temps à affiner la recherche au maximum, et à prendre leur temps alors que d'autres perdront vite patience devant la lenteur à trouver l'information, ce qui est le cas sur Internet. L'analyse des entretiens a montré que le personnel de Norcomex utilisait principalement Internet pour sa recherche d'information, ce qui est le sujet de la troisième partie des questions de l'entretien.

Cette partie vise à décrire les méthodes de recherche d'information sur Internet. Il s'agit de savoir quel est le moteur de recherche utilisé par la personne et

si celle-ci accorde beaucoup de crédit et de valeur à l'information trouvée par le moteur qu'elle utilise. Je voulais aussi connaître le taux d'utilisation de l'Intranet de la CRCI par les employés de Norcomex.

La quatrième partie de la grille d'entretien concerne le centre de documentation. Afin de connaître le taux d'utilisation du centre par les membres de l'équipe de Norcomex, les questions s'orientent vers les impressions des employés sur le centre et ses ressources documentaires.

La cinquième et dernière partie de questions de l'entretien aborde le sujet d'Alexandrie. Il est important de savoir si celui-ci est utilisé par les personnes qui y ont accès et pour qui le logiciel devrait représenter un outil de gain de temps. Il est aussi important de connaître la façon dont le personnel l'utilise, le mode et les critères de recherche employés, et enfin leurs opinions sur Alexandrie. La dernière question cherche à savoir comment le logiciel pourrait être utilisé plus souvent qu'en ce moment, et donc ce qui "manque".

J'ai réalisé ce questionnaire en sachant d'avance que certaines personnes n'utilisaient pas le centre de documentation, simplement parce que cela n'entre pas dans le cadre de leur fonction et qu'il n'ont pas besoin d'information sur l'international pour effectuer leurs tâches quotidiennes. Mais je trouvais intéressant d'obtenir les impressions de chacun et surtout de savoir s'ils avaient une méthode de recherche d'informations quand ils en avaient besoin.

#### 2.3.2.2 Analyse des entretiens

A partir des entretiens réalisés, on peut donc remarquer que certains employés de Norcomex utilisent les informations du Centre de Documentation, mais très rarement. En effet, ils n'ont pas tous besoin d'informations sur l'international dans le cadre de leurs fonctions, et donc de fréquenter le centre. Les principaux utilisateurs sont les responsables de filières étrangères, Edith Leroy et Vincent Didry, et aussi Vanessa Guerlet.

Leurs besoins en information concernent surtout les entreprises qui entrent en contact avec eux. Il s'agit donc souvent d'information sur le secteur d'activité de l'entreprise, en combinaison avec le pays qu'elle envisage d'aborder. Il peut aussi s'agir d'adresses d'entreprises étrangères qui pourraient devenir fournisseurs ou distributeurs de l'entreprise. On rejoint ici les demandes d'information des entreprises qui contactent le CRDI.

Il peut aussi s'agir de fournir des documents lors de l'organisation de réunion avec des chefs d'entreprises. Dans ce cas là, la documentaliste réalise un dossier pour chaque personne qui contient les informations sur la pays qui sera abordé lors de la réunion, ainsi que des informations pratiques pour les chefs d'entreprises selon leur secteur d'activité.

Il y a peu d'employés qui utilisent Alexandria. Certains avouent avoir du mal à l'utiliser alors qu'un fascicule d'explications leur a été remis lors de l'acquisition du logiciel, c'est-à-dire en juin 2002. Il me semble que les employés ont besoin de revoir le mode de fonctionnement de la base de données. La pratique de la recherche sur la base de données devrait leur permettre de trouver de plus en plus facilement les informations qu'ils les intéressent.

Lorsque l'un des membres de l'équipe a besoin d'informations, celui-ci va souvent automatiquement voir la documentaliste avant d'effectuer la recherche par lui-même, surtout s'il sait que l'information est au CRDI. Ainsi, on remarque comme un automatisme de la part des employés qui vont demander leur recherche d'information à la documentaliste car ils savent que cela prendra moins de temps et qu'elle trouvera peut être plus d'informations que s'ils avaient effectués la recherche par eux-mêmes.

Afin de familiariser les employés de Norcomex à Alexandria, Karine Vairo a la possibilité d'envoyer à chacun les informations le concernant et qui se trouvent dans la base de données. Alexandria permet de créer des profils d'utilisateur, ainsi que les thèmes qui les concernent. Il me semble que ce service devrait être développé car il permet au personnel d'utiliser Alexandria et d'en apprendre le mode de fonctionnement, par la pratique et l'habitude. Ainsi, en envoyant régulièrement les



informations par "push" selon les profils, la documentaliste est sûre de fournir une information pertinente pour l'utilisateur.

### 2.3.3 Les usages des visiteurs

#### 2.3.3.1 Réalisation du questionnaire et de la grille d'analyse sous Excel

Il fallait ensuite avoir un compte-rendu des besoins et des attentes du public, et pour cela, je ne pouvais seulement interroger que les visiteurs du centre.

Thierry Giappiconi<sup>40</sup> propose d'effectuer des enquêtes auprès des visiteurs :

#### Enquêtes de satisfaction auprès des usagers

- objectifs :

Evaluer la "qualité" de la collection au sens mercatique du terme, ou du point de vue de l'attente des usagers.

- méthode :

Ce type d'information est en général recueilli par un questionnaire simple proposant une échelle d'évaluation de un à cinq.

- Interprétation (avantages, inconvénients, limites, facteurs affectant les résultats)

Une opinion générale du public sur les collections ne peut en effet fournir aucune indication utilisable. Elle ne peut indiquer ce qui justifie un éventuel mécontentement, ni même apprécier si l'insatisfaction du public ne repose pas sur un malentendu sur les missions, rôles et objectifs de la bibliothèque.

---

<sup>40</sup> Voir notice bibliographique n°8.

Ce type d'enquête permet donc d'obtenir une idée de l'opinion des visiteurs du centre, mais ne donne pas d'informations sur les personnes qui ne le fréquentent pas.

Bernard Callenge<sup>41</sup> explique qu'il faut pratiquer l'analyse du public du CRDI, en collectant des informations sur les visiteurs du CRDI. Ainsi, les tranches d'âge et les catégories socio-professionnelles sont à prendre en compte lors de l'évaluation des besoins du public.

Il faut aussi prendre en compte les pratiques du public actuel. Une des méthodes proposées par Bernard Callenge est l'enquête directe auprès des usagers au moment de leur venue au centre de documentation. Les enquêtes ne doivent pas être trop longues et proposer des réponses aisément codifiables. On peut obtenir selon lui les intérêts essentiels portés au centre de documentation et les usages privilégiés de ses collections.

J'ai donc choisi ce mode d'enquête, car le centre de documentation ne procède pas à l'inscription de ses visiteurs. En effet, les sujets de recherche d'information sont les seules informations que le CRDI obtient de ses visiteurs.

J'ai donc réalisé un questionnaire pour les visiteurs du CRDI qui comporte 17 questions<sup>42</sup>. Ce questionnaire aborde différents thèmes. Tout d'abord, je souhaitais savoir si la personne était déjà venue, et donc si elle connaissait déjà le CRDI. Ensuite, afin de savoir d'où venait la personne, c'est-à-dire par quelles autres organismes fournissant de l'information, la question suivante leur demande comment ils ont fait la connaissance du CRDI. Cela peut donner des pistes sur les endroits où afficher la promotion du centre (3.2.2).

Ensuite, je cherche à savoir si le visiteur a déjà dû visiter d'autres centres de documentation de manière infructueuse. Cela peut montrer que les informations ne sont pas disponibles ailleurs, et c'est un renseignement sur lequel le CRDI peut

---

<sup>41</sup> Voir notice bibliographique n°3.

<sup>42</sup> Voir le questionnaire en Annexe XXIV.

s'appuyer pour promouvoir ses services. D'autre part, si les visiteurs ont visité un autre centre avant de venir au CRDI, c'est que ce centre leur a fait connaître le CRDI.

Ensuite, le questionnaire aborde le sujet d'Internet, en effet, ainsi on peut savoir si les gens ont réussi à trouver les informations qu'ils cherchaient ou non. Parfois, les informations sont sur Internet, mais les visiteurs n'arrivent pas à les trouver. Puis il s'agit de savoir si le visiteur est satisfait de sa visite et donc s'il a trouvé ce qu'il cherchait. Le visiteur indique les types de documents qu'il a consultés. La question suivante aborde le sujet des photocopies, c'est-à-dire savoir si le visiteur en a effectué ou non.

Ensuite, pour connaître l'effet du bouche-à-oreille, on demande au visiteur s'il recommandera le centre à ses connaissances. Cela permet d'obtenir des renseignements sur l'image du CRDI ainsi que de la valeur des services rendus. Puis le questionnaire demande au visiteur s'il est satisfait des horaires d'ouverture du CRDI au public. Cela va permettre de savoir si les horaires sont en adéquation avec les besoins du public en matière de disponibilité. Ensuite, on cherche à savoir si la recherche d'informations a été pleinement satisfaite, et les informations que le visiteur n'a pas trouvés. Il est vrai que l'utilisateur peut toujours en vouloir plus, mais il peut s'agir d'informations pertinentes en regard de la développement des fonds selon les besoins des usagers.

On demande enfin au visiteur si celui-ci compte revenir, ce qui représente une autre preuve de la qualité des services fournis par le CRDI, ainsi que sa catégorie professionnelle et son âge. L'utilisateur peut également rajouter des commentaires en dernier lieu.

Bien que toutes ces questions relèvent du bon vouloir des visiteurs et restent soumises à la relativité des réponses, on peut obtenir de l'analyse des renseignements précieux concernant le public actuel du CRDI.

Après avoir réaliser les questionnaires de satisfaction auprès des visiteurs, on procède à la récupération des données sous format Excel. J'ai donc réalisé deux

grilles qui récupèrent les données et les analysent<sup>43</sup>. Sur la première page, il suffit simplement d'entrer toutes les réponses aux questions fermées dont la réponse est soit oui, soit non. La documentaliste utilise les touches "o" et "n" ainsi que la touche tabulation pour faire défiler les cases de la ligne correspondant au numéro de questionnaire correspondant. Le tableau calcule automatiquement les nombres totaux ainsi que les pourcentages pour chaque question.

La deuxième page sert à enregistrer toutes les réponses aux questions ouvertes ainsi qu'aux questions dirigées, comme l'âge par exemple. Les totaux se calculent tous seuls et on obtient les résultats ainsi que des graphiques qui représentent les tendances en bas du tableau.

#### 2.3.3.2 Analyse des résultats

La mise en place du questionnaire n'ayant eu lieu que début juillet, et le mois d'août étant traditionnellement une période de faible fréquentation du CRDI, on peut considérer que l'échantillon de visiteurs ayant été soumis au questionnaires n'est pas suffisant ni représentatif pour pouvoir analyser de façon précise les satisfactions ou les besoins des utilisateurs. Néanmoins, on peut s'appuyer sur les quelques enquêtes réalisées ainsi que sur l'observation pour déjà apercevoir des tendances générales.

C'est ainsi qu'à partir des quelques enquêtes effectuées, on peut déjà remarquer que le public visitant le CRDI semble se composer essentiellement d'étudiants qui fréquentent généralement le CRDI pour trouver des adresses d'entreprises à l'étranger afin de postuler pour un emploi ou un stage. Ils souhaitent s'expatrier et trouver un emploi ou un stage dans le pays de leur choix. Ce sont soit des étudiants qui doivent ou souhaitent effectuer un stage dans le cadre de leurs études, soit de futurs ou de jeunes diplômés qui prospectent pour leur recherche d'emploi et qui souhaitent partir à l'étranger pour leur première expérience professionnelle.

---

<sup>43</sup> Voir les tableaux Excel en Annexe XXIV.

Certains étudiants cherchent également des entreprises de la région ayant des échanges commerciaux avec un pays, ou les filiales étrangères implantées dans la région. Les étudiants qui font ce genre de demandes sont souvent étrangers et sont venus en France pour suivre leurs études. Ils recherchent principalement une entreprise de la région en relation avec des entreprises du pays d'origine des étudiants.

Les particuliers consultent le CRDI souvent dans le cadre de création d'entreprise. Ils souhaitent obtenir des informations sur les marchés et les secteurs porteurs, afin de démarrer leur activité. Certains particuliers sont au chômage et viennent au CRDI pour leur recherche d'emploi afin de trouver des adresses d'entreprises dans leur secteur, ou parfois pour s'expatrier.

Les visiteurs du centre l'ont connu en allant visiter d'autres centres qui leur ont conseillé de venir à Norcomex pour leur recherche d'informations sur l'international. La majorité des usagers est d'abord passé par le centre de documentation de la CCI de Lille avant de fréquenter celui-ci de Norcomex.

Il semble que les utilisateurs sont satisfaits du mode de fonctionnement actuel du CRDI. Ils acceptent le fait de ne pas être libres, mais totalement encadrés dans le cadre de leurs recherches d'informations. Ils estiment probablement que cela consiste un gain de temps pour eux. Donc cela entraîne une absence de butinage dans le centre car les documents concernant la recherche d'information du demandeur sont prêts pour la consultation quand celui-ci arrive au centre pour son rendez-vous pris d'avance. Ils ont déjà précisé leurs caractéristiques de recherche lors de la prise de rendez-vous. La documentaliste a déjà préparé les documents concernés. Les visiteurs n'éprouvent donc pas le besoin d'aller regarder par eux même ce qui se trouve sur les rayons des étagères.

Bernard Callenge<sup>44</sup> explique que parfois les usages actuels du centre de documentation sont différents des usages et des usagers sur lesquels le centre de

---

<sup>44</sup> Voir notice bibliographique n°3.

documentation souhaite mettre l'accent. En effet, ce n'est pas parce que le centre est visité par des étudiants qu'il s'agit obligatoirement du public cible du centre de documentation.

On remarque ainsi que très peu d'entreprises se déplacent jusqu'au CRDI, mais cela n'indique pas forcément que celles-ci n'utilisent pas ses services. En effet, les entreprises ont plutôt tendance à transmettre leurs demandes de recherche d'information.

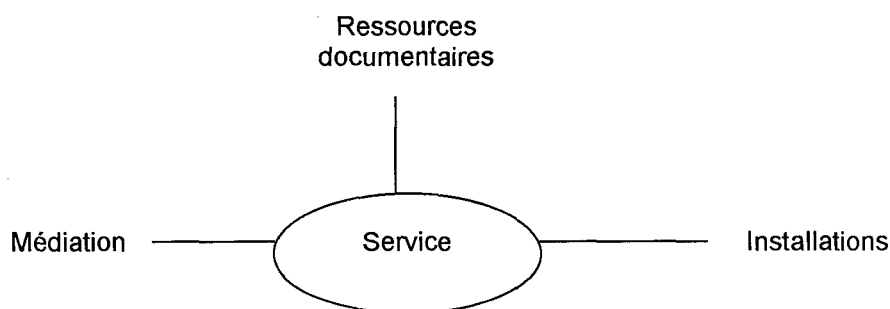
Les entreprises souhaitent s'informer dans l'objectif de leur développement à l'international. Les entreprises de la région ont besoin d'informations fiables et concises sur les marchés et les secteurs d'activité. Elles souhaitent connaître l'état du marché dans les pays d'exportation souhaités. Elles ont besoin d'informations récentes et fiables car leur expansion en dépend.

Les entreprises ont aussi besoin de trouver des adresses dans ces pays étrangers pour tout ce qui est fournisseurs, distributeurs ou agents étrangers. Elles souhaitent avoir un aperçu concis sur l'état actuel de la tendance à l'étranger pour leur secteur d'activité. Il leur faut être au courant des évolutions des secteurs et des habitudes des consommateurs.

Les entreprises ont pourtant tendance à ne pas se déplacer jusqu'au centre et à effectuer leurs demandes d'information par téléphone ou par e-mail. C'est ainsi à la documentaliste que revient le soin de parcourir la documentation du centre afin d'envoyer au demandeur l'information demandée. Les seules données qui peuvent être récoltées et analysées concernant les entreprises et leurs besoins en information doivent donc être répertoriées sur le tableau de bord d'activité du CRDI. En prenant note des demandes d'informations de chaque entreprise et en les comparant entre elles, on peut parvenir à obtenir des tendances générales sur les orientations actuelles du marché, comme par un exemple un pays qui est plus d'actualité qu'habituellement, ou un secteur qui intéresse particulièrement les entreprises.

## 2.4 Evaluation des services

Après avoir évalué successivement les ressources documentaires du centre puis les besoins des usagers de celui-ci, on peut pratiquer à l'analyse des services proposés par le centre de documentation. Les services proposés par les centres de documentation comportent trois composantes principales selon Thierry Giappiconi<sup>45</sup>, la médiation, les ressources documentaires et les installations.



### Composantes du service en bibliothèque

On peut ainsi distinguer :

- le rassemblement de ressources documentaires de toutes natures.
- la conception et la mise à disposition d'équipements (les bâtiments, les installations, les systèmes d'information ).
- la médiation entre le public et les ressources documentaires (l'apport du personnel à la constitution, la conservation, la communication et la promotion des collections auprès du public).

Le métier exercé par les documentalistes peut être défini comme la sélection de l'information aux fins de la constitution de ressources documentaires cohérentes

---

<sup>45</sup> Voir notice bibliographique n°8.

pour des objectifs de service public, ainsi que la médiation de ces ressources par des services et des installations appropriés.

Il ne faut pas perdre de vue un point important de la partie médiation du service qui est celle de l'aide directe apportée par le personnel qui est en contact avec le public afin de l'accompagner dans sa recherche d'information.

Il faut garder à l'esprit que c'est souvent le premier service rendu par le centre de documentation, celui de fournir l'information demandée par le visiteur. Cet aspect est déterminant pour faire bénéficier pleinement l'utilisateur des services du centre. Chaque demande d'information doit pouvoir être comprise et interprétée de façon à ce que l'utilisateur obtienne l'information même si la formulation de la demande n'était pas précise. Cette partie du service qui est rendue représente beaucoup pour le nouvel utilisateur du centre, comme pour celui qui le fréquente souvent. Ce que l'utilisateur retiendra probablement du centre c'est qu'en plus d'y avoir trouvé l'information qu'il recherchait, il a aussi été bien accueilli. S'il a une bonne impression du centre, le visiteur a toutes les chances de revenir.

Thierry Giappiconi<sup>46</sup> explique que chacun des services est susceptible de donner lieu à la définition d'un produit, ou en d'autres termes, toute chose pouvant être offerte au public pour satisfaire ou contribuer à satisfaire un besoin. La diversité et la nature des produits sont différentes suivant les missions du centre et les besoins de son public. On peut tout de même différencier plusieurs catégories<sup>47</sup> :

---

<sup>46</sup> Voir notice bibliographique n°8.

<sup>47</sup> Les différents types de production ne s'appliquent pas tous au CRDI.



Premier groupe : développement des collections	- acquisitions. - traitements bibliographique et physique. - conservation et désherbage.
Deuxième groupe : services de référence	- orientation et conseil. - documentation.
Troisième groupe : fourniture des documents	- prêt à domicile des documents en accès direct. - prêt ou communication sur place des documents en magasin.
Quatrième groupe : services inter-bibliothèques	- prêt entre bibliothèques. - délivrance de copies d'articles provenant d'autres bibliothèques.
Cinquième groupe : formation des usagers	- à l'utilisation des services de la bibliothèque. - à la recherche documentaire.
Sixième groupe : conservation	- traitements curatifs. - numérisation.
Septième groupe : action culturelle	- expositions. - événements culturels. - publications.
Huitième groupe : attributions particulières	- dépôt légal. - spécialisation au sein d'un réseau de développement partagé des collections.
Neuvième groupe : gestion	- management (direction, finance, mercatique, personnel, contrôle et évaluation). - administration et gestion des services électroniques.

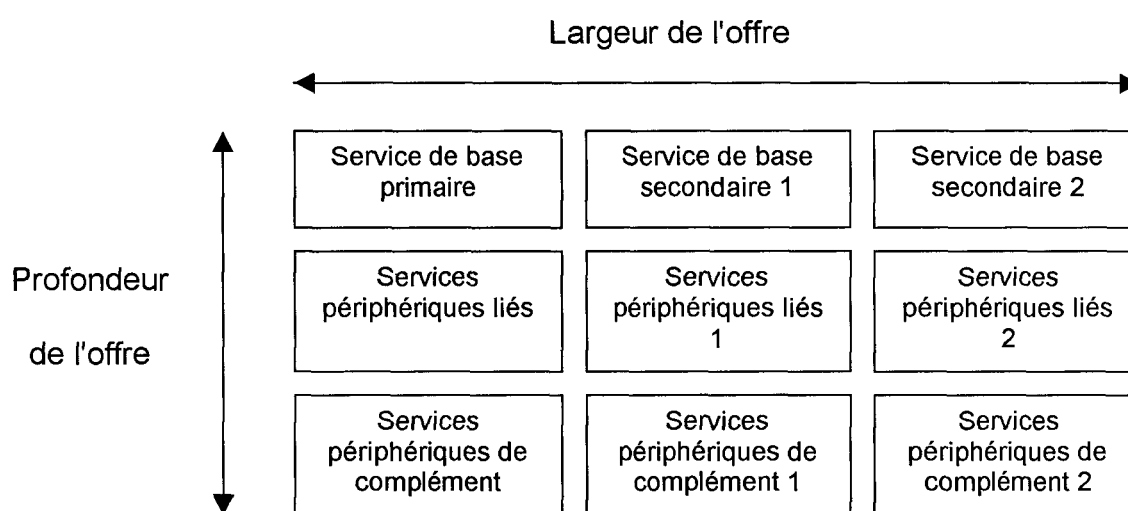
### Types de production en bibliothèques

Florence Muet<sup>48</sup> propose d'analyser la largeur et la profondeur de l'offre. Une offre de service est considérée comme large si elle comprend un grand nombre de services de base, c'est-à-dire un grand nombre de services autonomes ayant des objectifs différents, susceptibles d'attirer une clientèle propre. Chaque service de

<sup>48</sup> Voir notice bibliographique n°9.

base constitue un mode d'accès pour le client. Plus l'offre est large, plus le client peut satisfaire un nombre élevé de besoins ou plus l'entreprise pourra attirer des clients aux besoins diversifiés.

Une offre est profonde si elle propose une grande variété de moyens pour satisfaire un besoin exprimé. Le besoin du client pourra, cette fois-ci, être satisfait par différents services, ou encore les services proposés accompagneront le client de plus en plus loin dans la satisfaction de son besoin. La profondeur exprime la richesse du choix offert par l'entreprise pour atteindre un résultat clairement identifié.



#### Représentation de l'offre de services d'une organisation

Par tradition, le service de base d'un centre de documentation est la diffusion documentaire, néanmoins, il est probable que le service ait plutôt évolué vers le conseil des usagers. Ainsi, l'accueil et le conseil constituent des services rendus par un centre de documentation en plus de la transmission d'information. On peut aussi imaginer par exemple des services de veille documentaire, une revue de presse ou un conseil personnalisé en documentation. Florence Muet<sup>49</sup> explique que ces services constituent des services complémentaires au service de base, qui est celui

<sup>49</sup> Voir notice bibliographique n°9.

de la communication de l'information. Ils s'ajoutent à ce dernier et permettent de l'approfondir. C'est ce qu'on appelle la profondeur de l'offre.

Ces services ne sauraient être considérées comme strictement complémentaires des premiers, ils ouvrent une gamme de services différenciés. Les centres de documentation ont en effet des utilisateurs aux besoins divers, nécessitant la mise en place d'une palette de services. Ainsi il existe plusieurs services parallèles dans un centre de documentation qui répondent à des besoins, et souvent à des usagers différents. Cette gamme de services disponibles représente la largeur de l'offre.

Pour les centres de documentation, quatre services de base ont été repérés :

- la mise à disposition d'informations ;
- la diffusion d'information ;
- les études et les recherches documentaires ;
- l'assistance.

Thierry Giappiconi<sup>50</sup> propose un cadre de diagnostic d'une bibliothèque :

Il faut pouvoir mesurer les écarts entre le nécessaire et l'existant. La grille suivante utilise le modèle des forces, faiblesses, opportunités et menaces.

---

<sup>50</sup> Voir notice bibliographique n°8.

Les forces et les faiblesses :

- Quel est le public acquis ou non acquis ?
- Dans quelle mesure les collections, les équipements, les effectifs et les compétences sont-ils adaptés aux missions ?
- Quelle est l'efficience du service (quel est le ratio d'heures d'ouverture par agent, quelle charge de travail ou contraintes de bâtiment peuvent l'expliquer ?
- Les catalogues sont-ils adaptés (cohérents ou normalisés) au travail en réseau ?

Les menaces :

- La bibliothèque est-elle perçue comme un service essentiel ou même simplement utile à la collectivité ?
- Quels sont ses concurrents : services publics prioritaires, diffusion commerciale, Internet ?

Les opportunités :

- Quels sont les "avantages stratégiques de la bibliothèque"? Que peut-elle être seule à offrir ou en meilleure position pour le faire ?
- Dispose-t-elle d'un projet d'informatisation, de construction, de possibilités de recrutements ?
- Sur quels partenariats la bibliothèque peut-elle s'appuyer ? Quelles possibilités les progrès de la technologie de l'information peuvent-ils offrir ?
- Sur quelles coopérations peut-elle s'appuyer ? Les agglomérations de commune ou les universités peuvent-elles, par exemple, ouvrir des perspectives de partenariat ?

### Cadre de diagnostic d'une bibliothèque

Ainsi, comme l'explique Florence Muet<sup>51</sup>, l'offre du service d'information est un complexe subtil, mêlant différents éléments : le service rendu, la façon dont il est rendu, le contrat, moral ou financier, passé avec l'utilisateur et la communication promotionnelle établie en direction de l'utilisateur. Aux yeux de ce dernier, les services

---

<sup>51</sup> Voir notice bibliographique n°9.

ne représentent qu'un ensemble, un tout sans distinction entre les différents services proposés.

Le centre de documentation est perçu à partir d'éléments objectifs concrets (l'activité, la taille, le lieu, le bâtiment, le fonds, les services rendus, la performance...), mais aussi à partir d'éléments plus subjectifs ou d'ordre affectif (l'image associée au service). Tous les éléments perçus par les visiteurs du service d'information contribuent à construire l'image que le visiteur aura du centre. Ainsi, par exemple, l'attitude du personnel, l'organisation de l'espace, les outils, les campagnes de communication, le nom ou le logo participent à la construction de l'image du centre de documentation.

En ce qui concerne le CRDI, il me semble que les services proposés sont adéquates par rapport aux visiteurs ciblés. Le seul problème réside dans le fait que les utilisateurs qui pourraient avoir besoins des informations du CRDI et de ses services ne sont pas assez au courant de l'étendue des services. C'est pourquoi je pense qu'il faut revoir la promotion du CRDI et l'augmenter, comme je l'expliquerai dans la partie suivante (3.2.2).

### **III. Réflexion sur l'amélioration et le projet de mutualisation**

#### **3.1 La mutualisation**

##### *3.1.1 Les propositions d'organisation*

Il faut que les différentes ressources dont dispose l'Espace International soient distribuées pour les tâches d'indexation et réparties entre plusieurs personnes. Ainsi, la même personne va procéder au dépouillement des mêmes ouvrages et quotidiens. Ainsi, on évitera une redondance et une perte de temps si le même ouvrage est dépouillé par deux personnes différentes. Il faut ensuite choisir les personnes qui indexeront. Cela va sans doute occasionner des gênes car certains ouvrages sont importants pour plusieurs locataires. Par contre, les centres d'intérêts de chaque acteur de la mutualisation étant très différents, il faudrait que chaque dépouillement soit adapter à l'ensemble des locataires. La note de préparation propose la mise en place d'un système de revue de presse électronique centralisée répondant aux besoins des différents partenaires. Autrement dit, une revue de presse personnalisée pour chacun des acteurs du projet, et donc répondant aux besoins d'informations de chacun.

Ensuite se pose le problème de la localisation du document si celui-ci n'est pas numérisé. En effet, certains organismes locataires sont fermés au public et donc laisseront pas leur documentation en accès libre pour les visiteurs. Aussi, si le document, dont la notice se trouve sous Alexandrie et donc par exemple disponible au CRDI qui est ouvert au public, se trouve dans un autre centre de documentation non ouvert au public, comment alors transmettre le document au visiteur ? On peut envisager un système d'envoi par télécopie, mais ce système va prendre du temps et ralentir le service au public.

On peut alors imaginer que les ressources seront toutes numérisées, ce qui pose un problème de place et de la taille des données informatiques à conserver quelque part. Ou alors, chaque locataires transmettra une partie de sa

documentation, celle qui correspond le plus aux besoins des usagers, et les ressources seraient rassemblées dans un seul lieu où elles seraient toutes disponibles pour les visiteurs. On peut également envisager un système de prêt de documents entre les différents acteurs du projet. Alexandria permet en effet de gérer les prêts des ressources documentaires. Les seuls utilisateurs qui peuvent emprunter font partie de l'Espace International.

Par contre, les différents locataires de l'espace International n'ont pas du tout les mêmes sujets de documentation. Ainsi il serait intéressant de voir les bénéfices de cette mutualisation si les documents ne servent pas aux autres acteurs du projet. A moins que le public de ces ressources documentaires ne fasse pas partie de l'Espace International, on peut imaginer que celui-ci profite de la réunion des informations.

### *3.1.2 Les limites d'Alexandrie*

Si Alexandria est choisi comme logiciel de base de données documentaire pour la mise en commun des ressources de l'Espace International, ce qui est déjà le cas pour la mise en réseau des centres de documentation des CCI de la région, plusieurs problèmes se posent. Par exemple, si la saisie de notice bibliographique est effectuée par plusieurs personnes différentes, il risque d'y avoir des problèmes de normalisation des données. Ce problème a été évoqué lors de la réunion de travail qui regroupait tous les responsables de la documentation des CCI de la région.

Ex : Guy de Maupassant  
Maupassant, Guy de  
De Maupassant, Guy

Il me semble donc nécessaire d'instaurer une sorte de charte très précise indiquant entre autres les différents critères à saisir, les différents champs à remplir ainsi que leur format.

Le problème des droits d'auteur va apparaître lors de la numérisation dans Alexandrie. Car si la diffusion des informations est autorisée dans le cadre fermé de l'Espace International, les employés ont tout de même la possibilité d'imprimer les documents en fichier attaché par exemple. En effet, lorsque les documents sont numérisés et disponibles en pièce jointe sur le réseau des bases de données Alexandrie, chaque utilisateur peut choisir d'imprimer ou de copier ce document. Cela pose le problème de la reproduction des documents tout en respectant les droits d'auteur.

On peut ensuite se poser la question de l'ajout et de la suppression des notices bibliographiques et des documents numérisés dans Alexandrie. En effet, si une personne indexe un article par exemple, cela veut-il dire que cette même personne peut supprimer ensuite la notice alors que ce document est peut-être encore pertinent pour un autre locataire de l'espace International. Ce problème se pose aussi en ce qui concerne la mise en commun des ressources documentaires avec les CCI de la région. Il n'y aura pas d'économie sur le budget, ni de suppression des doublons si chacun doit continuer d'indexer la partie de l'ouvrage qui le concerne.

## 3.2 Le CRDI

### *3.2.1 Remarques sur le CRDI*

Au cours de mon stage j'ai pu remarquer qu'il y a une différence entre le public ciblé par le CRDI, c'est-à-dire les entreprises de la région, et le public qui fréquente le centre, c'est-à-dire qui se déplace jusqu'aux locaux du CRDI, qui est surtout composé d'étudiants. Il y a une sorte de décalage qui s'explique sans doute grâce à Internet, ou au fait que les entreprises n'ont pas le temps de se déplacer. Il est vrai que ce sont majoritairement les entreprises qui appellent le centre pour obtenir un service, alors que les étudiants sont priés de prendre rendez-vous afin de consulter sur place les documents du centre.



On pourrait croire que comme les étudiants visitent le centre, ils connaissent son contenu et la variété des ressources documentaires que l'on peut y trouver, mais il se trouve que, avec le fonctionnement du centre que j'ai décrit plus haut, les visiteurs n'ont pas le loisir de déambuler dans les rayons, et de butiner les documents. En effet, les visiteurs n'éprouvant pas le besoin de chercher par eux même l'information, étant donné qu'elle leur est fournie, ils ne passent pas de temps à se promener dans les rayonnages et à observer les documents mis à leur disposition. J'ai même l'impression qu'ils pensent peut-être ne pas avoir le droit de prendre les documents des étagères sans avoir été prévenu qu'ils y étaient libres.

De plus, les visiteurs n'ont pour la plupart, pas de temps à perdre dans leur recherche, car l'époque est à la vitesse, et au manque de temps pour tout. Il faut aussi prendre en compte le temps d'adaptation avant de connaître sa bibliothèque, et les visiteurs du centre ne sont que ponctuels, car ils n'ont pas besoins des mêmes informations tous le temps. Le service fourni par le centre n'est que passager en quelque sorte, car les visiteurs n'ont pas à être fidélisé.

Les employés de Norcomex ont remarqué une baisse de fréquentation significative du CRDI. Les visites sont moins nombreuses qu'avant. Bien que la conjoncture économique actuelle difficile puisse en être une des raisons, il ne faut pas perdre de vue que le déménagement du CRDI a eu une incidence sur le nombre des visites. Il faut aussi se rappeler que ma mission a eu lieu de mai à juillet, et que l'activité du centre est réduite en été en raison des vacances d'été qui provoquent un ralentissement de la fréquentation.

Nicholas Fox<sup>52</sup> propose quelques questions à se poser lorsque l'on évalue un centre de documentation :

- Est-ce que les locaux sont ouverts et accessibles quand les gens en ont besoin ?
- Est-ce qu'un panneau dans la rue signale les locaux ?
- Est-ce que les locaux se trouvent dans l'annuaire téléphonique sous la rubrique *Documentation et archives (centres de)* ou au nom de la municipalité ?
- Est-ce que le centre de documentation est signalé à l'extérieur ?

---

<sup>52</sup> Voir notice bibliographique n°1.

- Le bâtiment est-il accueillant ?
- Est-ce qu'une notice sur la porte dit : "Bienvenue au CRDI" et une autre : "Merci de votre visite, au plaisir de vous revoir" ?
- Est-ce qu'un bureau d'information est visible dès l'entrée ?
- Y a-t-il des instructions claires pour l'utilisation des catalogues ?
- Y a-t-il des dépliants et des brochures sur le fonds et les services, disponibles à l'intérieur et à l'extérieur du centre de documentation et qui donnent au public plus de confiance dans le service ?

Tous ces éléments sont à prendre en compte dans le cadre d'une évaluation.

Le CRDI a donc déménagé du centre ville de Lille, où il était placé au rez-de-chaussée du Palais de la Bourse, à côté de la Grand Place, lieu d'activité et de passage important. Le CRDI est maintenant situé au troisième étage de l'Espace International, situé derrière la gare Lille Europe, et dont on ne peut connaître la fonction car l'enseigne du bâtiment est située à l'intérieur du hall d'entrée, au contraire du Palais de la Bourse sur lequel est inscrit "Chambre de Commerce et d'Industrie" et les anciens locaux de Norcomex étaient balisés grâce à un panneau à côté de la porte d'entrée. Cela permettait aux passants de connaître l'existence du centre sans avoir à faire l'effort de le chercher. Certes, pour entrer il faut faire l'effort de sonner, mais cela est accessible depuis la rue.

Tandis qu'à l'Espace International, la présence de Norcomex et du CRDI n'est pas indiquée à l'extérieur. Il faut, une fois entré dans le hall d'accueil, se présenter à l'hôtesse du bureau d'accueil, qui appelle l'accueil de Norcomex pour prévenir d'une visite. Ensuite, le visiteur prend l'ascenseur jusqu'au troisième étage. En sortant de l'ascenseur, il faut trouver la porte du CRDI dans le couloir. Il y a un panneau qui indique l'endroit. Il faut ensuite que le visiteur frappe à la porte pour que Céline Duquennoy, qui s'occupe de l'accueil des visiteurs, vienne lui ouvrir. Généralement, lorsque celle-ci est prévenue d'une visite, elle va ouvrir la porte en avance, car celle-ci est verrouillée grâce à un système magnétique. Il devrait bientôt être installé une sonnette à l'extérieur de la porte, ainsi qu'un système d'ouverture automatique pour éviter à la personne de se lever de son bureau à chaque visite. C'était déjà le mode de fonctionnement au Palais de la Bourse.

Un autre problème se pose, celui du parking. Près du Palais de la Bourse, on trouve en effet plusieurs places de parking avec des horodateurs, ou des parkings souterrains comme celui de la Grand Place. L'Espace International, étant situé près de la gare Lille Europe, se trouve dans une zone de forte circulation. Les gens qui travaillent dans les bureaux du quartiers ou qui prennent le train viennent se garer dans le parking payant de la gare, si bien que ce parking est complet dès 9 heures du matin. Il est très difficile de trouver à se garer dans le quartier, ce qui représente une gêne supplémentaire pour les visiteurs potentiels. Néanmoins, le CRDI se trouve maintenant plus proche d'une station de métro, celle de la gare Lille Europe justement.

En ce qui concerne la question des pages jaunes, j'ai pu vérifier par moi-même que le CRDI ou Norcomex n'étaient présents ni à la rubrique *Chambres de Commerce et d'Industrie, de Métiers, d'Agriculture*, alors que l'on trouve la CRCI sous cette rubrique, ni à la rubrique *Bibliothèques, médiathèques*, alors que le Centre Régional de Documentation Tiers Monde s'y trouve. Il se trouve aussi sous la rubrique *Documentation et archives (centres de)*, alors que le CRDI n'y est pas inscrit. Je n'ai pas consulté les pages blanches, mais si l'on ne connaît pas le nom du centre de documentation, on ne peut pas le trouver sous le nom de la ville.

En décrivant tout cela, je cherche à démontrer que l'effort à fournir de la part du visiteur qui vient pour la première fois au CRDI est plus important à l'Espace International qu'au Palais de la Bourse. De plus, les utilisateurs fréquents doivent également se réhabituer. Cela peut sûrement rebuter certaines personnes qui n'oseront pas aller jusqu'à l'hôtesse d'accueil par exemple. D'autres part, le Boulevard de Leeds est une rue nettement moins fréquentée et commerçante que la Rue de la Clef. Celui-ci, situé entre la gare Lille Europe et le périphérique ne mène à aucun commerce par exemple.

Mais la baisse de fréquentation avait déjà débuté avant le déménagement, selon Monsieur Stéphane Thronel, le directeur de Norcomex depuis 1997. Le tarif d'entrée appliqué semble correct, et aucun des questionnaires n'en fait mention comme étant une barrière majeure à leur venue. Il semble que le nombre de visiteurs dépend de l'orientation antérieure des usagers des autres centres de

documentation. Les utilisateurs potentiels ne connaissent pas le CRDI, c'est pourquoi il faut entamer une campagne de promotion, comme je l'explique plus loin (3.2.2).

En ce qui concerne les politiques d'acquisition, Thierry Giappiconi<sup>53</sup> explique qu'il faut faire le tri entre les différentes demandes et attentes du public au regard des orientations du centre. Toute demande ne pouvant être satisfaite, l'exercice de la responsabilité politique consiste à ne retenir que celles qui lui apparaissent comme légitimes au regard de l'intérêt général, puis à déterminer quel rang de priorité il convient de leur accorder au regard des ressources dont il peut disposer.

Il faut garder à l'esprit que, comme le définit Bonita Bryant<sup>54</sup>, l'objectif de l'organisation du développement d'une collection doit être de fournir au centre de documentation des ressources documentaires répondant aux besoins des utilisateurs ciblés dans le cadre des ressources budgétaires et humaines. Pour atteindre cet objectif, la collection doit être développée au regard des missions du centre et des besoins des usagers.

L'acquisition de chaque document doit être faite dans la perspective d'un projet documentaire tenant compte de l'existant et des objectifs du centre. Il faut pouvoir évaluer les ressources documentaires du centre comme un ensemble, pour pouvoir confronter chaque acquisition de documents aux ressources déjà possédées par le centre et aussi aux objectifs de développement du fonds documentaire.

Il faut prêter attention à chaque acquisition nouvelle de documents, en termes de qualité et de valeur documentaire, pour pouvoir la comparer à la collection existante, aux objectifs de développement et aux besoins et aux attentes des usagers.

---

<sup>53</sup> Voir notice bibliographique n°8.

<sup>54</sup> Idem.

En ce qui concerne les acquisitions du CRDI, il me semble que celui-ci devrait reconduire les abonnements des périodiques actuels, mais pourquoi pas en plus élargir son offre en ce qui concerne les périodiques *Veille Internationale*. Le CRDI possède déjà huit abonnements aux différents sujets de ce périodique mais pourrait envisager de posséder d'avantage de titre, à partir du moment où le CRDI en fait la promotion, ce qui est abordé au chapitre suivant (3.2.2). Comme l'explique Valérie Travier<sup>55</sup>, le souci est de constituer une collection qui soit attractive. Prenant acte de la tendance de la recherche actuelle, qui a de plus en plus recours aux publications périodiques quelle que soit la discipline, il est souhaitable de ne pas s'en tenir aux titres en cours, mais d'accroître l'offre.

Par contre, il faudra faire attention aux abonnements des autres centres de documentation, à ceux des CCI de la région d'une part, et à ceux des locataires de l'Espace International, et ne pas avoir trop de doublons dans les abonnements de périodiques, car leurs ressources documentaires vont peut-être se trouver mises en commun, et le même abonnement pourra servir à tous dans le cadre de la mutualisation des informations.

Pour Bernard Callenge<sup>56</sup>, il faut vérifier l'intérêt des cotes de localisation retenues pour les fonds courants en libre accès. Pour ce qui est d'Alexandrie et du CRDI, les côtes renvoient au dossier pays, aux études de marché ou aux périodiques. Ce type de localisation spatiale convient très bien au CRDI qui est de petite taille, et grâce à une signalisation qui situe les différents continents, les visiteurs peuvent très bien trouver les documents par eux-mêmes. Il leur suffit simplement de connaître la disposition du centre. Je propose qu'un plan du CRDI, c'est-à-dire du contenu des ressources documentaires situées sur les étagères, soit placé à l'attention des visiteurs qui ne connaissent pas le centre. Cela pourrait déjà leur donner un aperçu du contenu documentaire du centre.

Par contre, un autre problème se pose et je n'ai pas trouver de réponse satisfaisante concernant le CRDI. Il s'agit de pouvoir se tenir au courant des

---

<sup>55</sup> Voir notice bibliographique n°10.

<sup>56</sup> Voir notice bibliographique n°3.

nouveautés et des nouvelles parutions dont les sujets concordent avec ceux du CRDI. En effet, il me paraît difficile de pouvoir connaître toutes les parutions de nouveaux ouvrages. Certes, le CRDI reçoit les nouveautés parues au CFCE, néanmoins, l'étendue de ses ressources ne provenant pas entièrement du CFCE, le centre se doit d'acquérir d'autres ouvrages qui agrandiront davantage son fonds documentaire. La documentaliste peut se tenir au courant des nouvelles parutions en interrogeant les autres centres de documentation semblables au CRDI. Elle peut aussi interroger les maisons d'éditions dont un ouvrage sur l'international se trouve déjà au CRDI.

Il me semble que le centre pourrait proposer aux visiteurs une liste de sites Internet par pays. Le CRDI propose déjà le site de la DREE, qui regroupe les missions économiques dans les différents pays, et dont les informations sont vérifiées et précises. Il est vrai que sur Internet, les informations données ne sont pas toujours exactes. Néanmoins, le CRDI pourrait disposer de listes d'adresses de sites, telles que les ambassades de France à l'étranger, et les sites importants. Pourquoi pas quelques adresses de sites touristiques. Il faut aussi penser à des sites en langue française.

A partir des sujets de recherche des entreprises qui contactent le centre pour obtenir des informations sur un secteur ou un pays, on pourrait envisager la mise en place d'un système de veille documentaire et ainsi, en fixant un tarif, proposer aux entreprises concernées des informations mises à jour sur leurs sujets d'intérêts à intervalles réguliers, par exemple une fois par mois ou par trimestre. Cela peut constituer un nouveau service à offrir au public ciblé du CRDI. Par contre, il va entraîner une augmentation des tâches de la documentaliste. Il faut donc évaluer la faisabilité de ce service avant sa mise en place.

Par contre, lorsqu'un visiteur se présente le matin car il ne connaît pas le fonctionnement du CRDI et ne sait donc pas que celui-ci n'est ouvert au public que l'après-midi, il doit alors prendre rendez-vous pour revenir un après-midi alors qu'il est déjà sur place. Cela peut se comprendre car la consultation coûte 5€ et la demi-journée est déjà entamée lorsque le visiteur arrive, il a donc perdu du temps pour effectuer sa recherche et risque de devoir revenir pour terminer celle-ci ce qui

signifierait le paiement à nouveau du droit d'entrée. Au final, cela représente en fait un gain de temps pour le visiteur, car lorsqu'il a pris rendez-vous, les documents concernant sa recherche sont préparés pour sa visite.

Stéphane Brangier m'a également parlé d'un projet ancien de mise en place d'un forum d'emplois. Il s'agissait de regrouper les annonces d'offres d'emplois et de stages et aussi les demandes. Cela aurait pu entraîner une plus grande fréquentation du centre, mais aussi un surcroît de travail pour la documentaliste. Pourquoi ne pas en confier la tâche à un nouveau stagiaire ? Encore faut-il étudier la faisabilité du projet.

### *3.2.2 La promotion du CRDI*

Il me semble que le centre ne fait pas assez de promotion sur les services qu'il propose. Thierry Giappiconi<sup>57</sup> explique que la communication et les aspects relationnels sont déterminants pour le succès d'un service.

Afin de faire la promotion d'un centre de documentation, il faut recourir à la publicité, c'est-à-dire la communication de masse, aux relations publiques et aux offres promotionnelles.

Ce que j'ai pu constater de la promotion du CRDI consiste pour l'instant aux pages consacrées à la documentation et l'information sur le site Internet de Norcomex. La documentaliste propose également des offres aux entreprises par mailing de courrier papier. Comme on l'a vu dans les analyses des questionnaires (2.3.3.2), certains des visiteurs du CRDI ont d'abord visité par exemple le centre de documentation de la CCI de Lille avant d'être redirigé vers le CRDI. C'est donc là-bas qu'ils ont pris connaissance de l'existence du CRDI. Le bouche-à-oreille et les relations publiques sont donc très importantes en matière de promotion.

---

<sup>57</sup> Voir notice bibliographique n°8.

Je vais donc définir les grands principes à suivre lorsque l'on veut faire la promotion de son centre de documentation en m'appuyant sur les ouvrages que j'ai consultés. Je ferai ensuite des propositions pour la promotion du CRDI, à partir des constatations effectuées.

Selon Florence Muet<sup>58</sup>, la communication marketing vise trois fonctions complémentaires :

- fonction cognitive : faire connaître l'existence des prestations proposées par le service d'information. Un grand nombre de visiteurs n'ont pas connaissance des ressources et outils proposés ou des différentes modalités des prestations.
- fonction affective : valoriser le produit ou le service proposé. Il s'agit donc de susciter l'intérêt de l'utilisateur et donner à l'utilisateur potentiel l'envie d'essayer telle ou telle prestation.
- fonction conative : il faut que les prestations proposées soient effectivement utilisées par les visiteurs. Il faut donc réussir à fidéliser le public-cible au CRDI.

Afin de faire la publicité du CRDI, on pourrait envisager une campagne d'information par le biais d'affiches, de tracts ou de présence dans les médias de la région. Le CRDI peut aussi profiter du fait que les différentes CCI de la région sont en relation avec lui, et qu'elles peuvent ainsi participer à sa promotion. Dans le cas présents, on pourrait faire appel à tout le réseau régional pour augmenter le nombre de visiteurs du CRDI en en faisant la promotion dans les CCI.

Il faut aussi compter sur le bouche-à-oreille entre les visiteurs et leurs connaissances, même si ce mode de promotion ne fonctionne que si les visiteurs sont nombreux. En effet, le fait qu'il y ait de moins en moins de visiteurs va plutôt dans le sens contraire du bouche-à-oreille.

Florence Muet propose quelques principes concernant les messages et les supports de la communication marketing. Celle-ci doit en effet être réfléchie, précisée et explicitée.

---

<sup>58</sup> Voir notice bibliographique n°9.



*Principe d'existence* : la stratégie de communication doit être écrite, diffusée et connue de tous ceux qui sont directement concernés.

*Principe de continuité* : La stratégie de communication doit être perçue pour durer.

*Principe de différenciation* : la stratégie de communication doit contribuer à la différenciation du service, en se basant sur des messages spécifiques.

*Principe de clarté* : les messages doivent être clairs, simples et forts.

*Principe de déclinaison* : la stratégie de communication doit pouvoir être adaptée, sans être modifiée, aux différents supports et formes de communication.

*Principe de cohérence* : le service d'information doit communiquer sur la réalité.

*Principe d'acceptation* : la stratégie de communication doit être comprise et acceptée par l'ensemble du personnel du service.

### Les principes de base de la stratégie de communication

Pour faire la promotion d'un centre de documentation, Florence Muet propose de tout d'abord déterminer les messages que l'on veut faire passer au public. Il faut connaître en premier lieu les raisons de la promotion. Pour ce qui est du CRDI, on souhaite augmenter le nombre de visiteurs en leur faisant connaître l'étendue des services et des ressources documentaires proposés par le CRDI. Il s'agit aussi d'attirer un public qui serait plutôt composé d'entreprises, en effet, actuellement, les visiteurs du CRDI sont principalement les étudiants. On cherche donc à attirer un nouveau type de public.

Il faut également définir le type de service qui sera l'objet de la promotion. Si le centre de documentation a une offre de service profonde, il doit communiquer sur la diversité des modes de transmission de l'information. Si le centre a une offre de service large, alors celui-ci doit axer sa communication sur la diversité des services et donc sur le nombre importants de besoins des visiteurs qui peuvent être satisfaits au CRDI.

Il faut ensuite choisir la caractéristique du service sur laquelle on souhaite communiquer. Pour le CRDI, il pourrait s'agir par exemple de la véracité des informations ainsi que de leur fraîcheur, mais aussi de la présence de périodiques internationaux.

Et enfin, il faut définir le public cible de l'action de communication. En effet, on ne communiquera pas de la même manière, ni sur les mêmes services rendus par le CRDI selon les différents public auxquels on s'adresse. Pour le CRDI, on peut ainsi différencier les entreprises et les étudiants. Ces publics n'attendent pas les mêmes services du CRDI, et n'ont pas du tout les mêmes besoins.

A partir des besoins des publics, on définit donc les actions de communication sur la promotion du CRDI. La communication directe, c'est-à-dire la publicité en direction de l'utilisateur cible, est souvent utilisé comme action de communication. Mais bien souvent, la communication indirecte, autrement dit celle qui ne vise pas directement l'utilisateur ciblé mais son entourage, qui est la plus efficace pour faire la promotion du service. Florence Muet<sup>59</sup> explique qu'il est plus efficace de communiquer auprès des enseignants que des élèves et auprès des directions que du personnel, même si l'utilisateur final ciblé reste les élèves et le personnel.

Il est surtout important de communiquer sur les solutions que le centre propose aux utilisateurs. Ainsi, le visiteur ne souhaite pas connaître le nombre d'abonnements à des périodiques que le centre possède, mais plutôt la nature de ces périodiques, c'est-à-dire s'ils concernent le domaine de recherche de l'usager. L'utilisateur saura qu'il peut donc trouver l'information qu'il recherche au centre de documentation et donc souhaitera le fréquenter. Pour pouvoir faire ce genre d'action de communication, il faut donc aussi communiquer à partir des besoins des utilisateurs. En connaissant les besoins des usagers, on peut savoir sur quels services le centre peut axer son action de communication.

---

<sup>59</sup> Voir notice bibliographique n°9.

Il faut ensuite présenter au visiteur potentiel tout le bénéfice que celui-ci va retirer de sa visite au centre de documentation. Ainsi, pour ce qui concerne le CRDI, on peut promouvoir le fait que le visiteur trouvera l'information rapidement et qu'il gagnera donc un temps précieux dans sa recherche d'information. Il faut aussi insister sur le fait que la recherche sera effectuée par la documentaliste et qu'il ne restera plus au visiteur qu'à consulter les documents issus des critères de sa recherche. Il faut que le visiteur puisse percevoir les avantages à venir au CRDI plutôt que d'aller effectuer sa recherche à un autre endroit, comme sur Internet, par exemple, qui constitue un prodigieux moyen de recherche d'information, mais dont les contenus ne sont pas vérifiés et donc peu fiables. De plus, Internet n'est pas obligatoirement un moyen de trouver de l'information très rapide, car il faut ensuite réaliser un tri parmi toutes les informations qui y ont été trouvées.

Dans l'action de communication, on peut enfin présenter le centre de documentation à partir des points de satisfaction qui ont été repérés lors de l'enquête auprès des usagers. En faisant ressortir les services et les prestations qui ont plu aux visiteurs précédant, le CRDI est sûr de toucher d'autres visiteurs potentiels ayant les mêmes besoins.

Ensuite, Florence Muet<sup>60</sup> explique que le message doit respecter certaines caractéristiques pour être efficace auprès du public ciblé par l'action de communication sur le centre de documentation. Il faut en effet que le message de promotion soit réaliste, c'est-à-dire que le centre de documentation doit communiquer sur des services qu'il est sûr de pouvoir satisfaire. Le message doit être simple et compréhensible, autrement dit ne pas contenir de vocabulaire trop technique pour des non-professionnels de la documentation. Le message est enfin répété, en d'autres termes, il faut qu'il soit le plus possible vu et entendu par le public ciblé par le centre de documentation. C'est ce que les spécialistes appellent ODV pour occasion de voir et ODE pour occasion d'entendre. Le public ne retient un message publicitaire qu'après l'avoir vu ou entendu plusieurs fois.

---

<sup>60</sup> Voir notice bibliographique n°9.

En ce qui concerne les différents supports, l'action de communication peut être diffusée sur support écrits, tels que le papier mais aussi le numérique qui prend de plus en plus de place dans la transmission d'informations. Il peut s'agir par exemple de catalogue de prestations, de fiches techniques ou de dépliants de présentation rapide du service d'information.

Un autre moyen de communiquer sur les services proposés par le centre est constitué par le personnel, c'est-à-dire la documentaliste du centre de documentation. En effet, elle entre en contact direct avec les utilisateurs du centre lorsque ceux-ci sont aidés lors de leur visite. Selon Florence Muet<sup>61</sup>, le personnel en contact assure un rôle "commercial", car il peut contribuer à valoriser les prestations du centre de documentation en orientant l'utilisateur au travers des différentes prestations et en mettant en avant certaines prestations que l'utilisateur ne connaît pas en privilégiant les prestations peu utilisées. Il faut pour cela que le personnel soit au courant de l'ensemble des prestations proposées et de leur modalités de réalisation, ce qui est le cas pour le CRDI. En effet, celui-ci ne comptant qu'une seule personne, celle-ci connaît parfaitement le centre et son mode de fonctionnement. Comme je l'ai déjà expliqué (1.2.3), elle s'occupe seule de la gestion du CRDI et en maîtrise les différentes composantes.

Ainsi, pour mettre en place ce type de promotion du centre par son personnel, on pourrait imaginer que la documentaliste remet une plaquette d'informations sur les prestations offertes par le centre à l'arrivée ou au départ de chaque visiteur du centre. Cela permettra sans doute de répondre à d'autres besoins que celui pour lequel le visiteur est venu au centre, et donc celui-ci reviendra car il saura que ce besoin peut être satisfait au CRDI plutôt qu'à un autre endroit. Cela devrait également favoriser le bouche-à-oreille et ainsi faire connaître le centre à d'autres visiteurs potentiels.

Avant de lancer une campagne de communication de large envergure, les actions de promotion doivent être testées sur de petits échantillons afin de connaître leur degré de lisibilité et la facilité d'accès à l'information qu'elles contiennent.

---

<sup>61</sup> Voir notice bibliographique n°9.

Si le centre de documentation décide, par exemple, la création d'une plaquette de présentation et d'information à l'attention des utilisateurs ciblés, qui vante les différents services proposés par le CRDI, celle-ci devra présenter en quelques pages les différents services de façon claire et concise. On peut imaginer que cette plaquette sera aussi disponible pour être téléchargée à partir des pages Internet du CRDI.

Une autre forme de promotion consiste à participer à des événements où l'on sait que se trouveront réunis les utilisateurs ciblés du centre de documentation, ou encore à organiser des événements à l'intérieur même du CRDI. Ainsi, on peut envisager, entre autres, les inaugurations, les journées portes ouvertes, les conférences, les débats ou les salons.

Propositions pour la promotion du centre auprès des entreprises de la région :

- utiliser les adresses du fichier des entreprises importatrices et exportatrices de la région et proposer une offre de documentation personnalisée.

- publicité dans des périodiques régionaux, surtout dans les périodiques économiques, comme La Gazette.

- participation aux divers salons auxquels Norcomex est partenaire, ou aux salons d'entreprises de la région.

Par contre, je ne pense pas que l'envoi de mails sur les boîtes aux lettres des différents dirigeants d'entreprises soit une bonne idée. En effet, même si ces adresses e-mail sont à la disposition de la documentaliste grâce au fichier des entreprises de la région, il faut garder à l'esprit que ces personnes reçoivent sans doute plusieurs dizaines de messages chaque jour, et qu'un message mail aura moins d'impact qu'un courrier papier.

Propositions pour la promotion du centre auprès des étudiants :

- publicité dans les écoles et universités de Lille et de la région, ainsi que dans les SIO et CDI et bibliothèques.

- publicité et participation aux salons étudiants de la région organisés chaque année.

- promotion dans les bibliothèques municipales si celles-ci donnent leur accord.

- publicité dans les périodiques régionaux, en particulier ceux spécialisés dans la presse étudiante, comme par exemple *Jeunes à Lille*.

- de manière générale, il faudrait songer à afficher de la publicité dans les différents endroits fréquentés par les étudiants.

Cela devrait permettre de faire connaître le CRDI ainsi que les services qu'il propose aux différents visiteurs potentiels.

### 3.2.2 *L'utilisation d'Alexandrie*

Une autre remarque à propos du centre, au moment où j'ai effectué mon stage, est qu'aucun des visiteurs n'a utilisé le logiciel Alexandrie, pourtant en accès libre dans le centre. Il est vrai que les ordinateurs ne sont pas allumés automatiquement le matin, et que cela n'invite pas les visiteurs à s'en servir.

Cela rejoint en quelque sorte l'absence de butinage constaté plus haut en ce qui concerne les rayons. En effet, les visiteurs n'ayant pas besoin de chercher les informations, ils n'utilisent pas le logiciel prévu à cet effet.

De même que pour les employés, alors qu'ils ont accès à Alexandrie, ils n'ont pas encore pris l'automatisme de chercher dans la base avant d'aller voir Karine Vaïro, la documentaliste.

Je pense que les visiteurs ne connaissent pas cette outil qu'ils ont à leur disposition. Il faudrait leur faire connaître ainsi que les familiariser avec Alexandrie afin qu'ils puissent acquérir de l'autonomie, et qu'ils aillent ensuite chercher les informations par eux même dans les rayons et sur les étagères, de manière à libérer la documentaliste qui aurait alors à sa disposition plus de temps pour ses tâches quotidiennes. En concevant un mode d'emploi très simple d'Alexandrie accessible aux visiteurs, ceux-ci devraient pouvoir procéder par eux-mêmes à leur recherche d'information.

### 3.2.3 *L'interface visiteur, sa réalisation et ses limites*

A partir de toutes ces observations, j'ai donc choisi de procéder à la réalisation d'une sorte d'interface afin d'inviter les visiteurs à utiliser d'avantage l'outil informatique mis à leur disposition. Il s'agissait d'amener le visiteur à rechercher l'information par lui-même, en quelque sorte lui apporter de l'autonomie dans sa recherche d'information.

Il s'agit donc simplement de profiter des inventaires qui ont été réalisés pour créer un espace informatique où les visiteurs pourront prendre en compte l'étendue des ressources documentaires mises à leur disposition au CRDI, ainsi que se familiariser avec Alexandrie.

Ainsi, l'utilisation était double : d'une part, l'inventaire sert à évaluer les ressources documentaires du CRDI et à la future mise en commun des documents avec ceux des autres locataires de l'Espace International, d'autre part, il est utile aux visiteurs du CRDI qui ont un meilleur aperçu de la richesse des ressources documentaires que le CRDI peut leur offrir.

En effet, les observations que j'ai effectuées ont mises en évidence l'absence d'utilisation des ordinateurs par les visiteurs du centre. Bien que cela passe également par une bonne promotion des services offerts par le CRDI, comme je l'ai déjà mentionné, il faut aussi faciliter au maximum l'utilisation des visiteurs.

Lors des entretiens que j'ai réalisés avec les membres de l'équipe de Norcomex, certains d'entre eux ont avoué trouver l'utilisation d'Alexandrie peu pratique. Il s'agissait probablement du fait que celui-ci était peu utilisé et donc le manque de pratique entraîne un manque d'expérience de l'outil. Cela peut donner une idée des impressions des visiteurs qui consultent Alexandrie pour la première fois : ils ne savent pas s'en servir, ce qui est logique s'ils ne l'ont jamais utilisé. Il y a donc un apprentissage à faire, et l'aisance viendra de la pratique.

Il s'agissait donc de faciliter les recherches des visiteurs tout en se servant des listes de documents que j'ai réalisés pour l'inventaire. J'ai donc réalisé une interface très simple sous word<sup>62</sup> qui permet d'accéder grâce à des liens hypertextes aux différentes pages contenant les ressources documentaires du CRDI. L'interface permet aussi d'accéder à Alexandrie, afin que le visiteur choisisse de terminer sa recherche documentaire sur la base de données.

L'interface contient donc les différentes listes de documents réalisées pour l'inventaire. Celles-ci sont triées par pays ou par secteur afin de respecter les différents besoins des utilisateurs.

Les limites de l'interface visiteur concernent surtout sa mise à jour. En effet, il ne s'agit que d'un état des lieux du CRDI à un moment donné, c'est-à-dire juillet 2003. Chaque acquisition ou chaque suppression de documents par le CRDI ne sera pas automatiquement enregistrée dans l'interface. Néanmoins, l'objectif est, à court terme, de faire connaître aux visiteurs l'étendue des ressources documentaires du CRDI, et surtout la présence d'un logiciel permettant de simplifier et de faciliter les recherches d'informations, ce qui représente un gain de temps. Il sert surtout à

---

<sup>62</sup> Voir la présentation de l'interface en Annexe XXV.



ce que les visiteurs du centre se familiarisent avec le CRDI et à Alexandrie avant de commencer à les utiliser vraiment.

## **IV. Conclusion**

La mission d'évaluation que j'ai effectuée au CRDI de Norcomex a donc permis de mettre en relief les différentes failles du centre, autrement dit la promotion des différents services proposés par le centre de documentation, la formation des usagers, aussi bien visiteurs que personnel, à l'utilisation de la base de données ainsi que leur fidélisation, mais aussi les difficultés d'accès au CRDI.

Néanmoins, l'évaluation a pu relever les atouts du centre. En effet, la fraîcheur et la variété des ressources documentaires dont celui-ci dispose, les nouveaux locaux et la disponibilité de la documentaliste sont autant de points forts que le CRDI devrait promouvoir d'avantage afin d'attirer de nouveaux visiteurs.

Il reste donc à mettre en place une action de communication autour de la promotion du CRDI. Je pense que cela pourrait faire l'objet d'une autre mission effectuée par un stagiaire, concernant surtout le marketing des centres de documentation.

Grâce à cette mission d'évaluation, j'ai pu travailler jour après jour au côté d'une documentaliste. J'ai beaucoup apprécié cette première expérience sur le terrain, et cela m'a permis de réaliser que le métier de documentaliste était un métier qui me plaisait vraiment et que j'avais hâte de l'exercer.

## Bibliographie

- 1) *Evaluer pour évoluer* . BPI en Actes . Bibliothèque publique d'information, Centre Georges Pompidou . L'évaluation en bibliothèque
- 2) ACCART, Jean-Philippe, Marie-Pierre RETHY. *Le métier de documentaliste* . Editions du Cercle de la Librairie . Paris : 1999
- 3) CALLENGE, Bernard . *Les politiques d'acquisition* . Editions du cercle de la Librairie, Collection Bibliothèques . Paris : 1994
- 4) CHEVALIER, Bernard, Dominique DORÉ, Eric SUTTER . *Guide pour la gestion d'un centre d'information : la maîtrise des chiffres-clés* . ADBS Editions . Paris : 1991
- 5) GAMBIER, Mathilde . *L'adéquation entre le donds documentaire et la pratique des usagers* . Rapport de stage . Lille 3 : 1999
- 6) GIAPPICONI, Thierry . *Manuel théorique et pratique d'évaluation des bibliothèques et centres documentaires* . Editions du cercle de la Librairie, Collection Bibliothèques . Paris : 2001
- 7) HERMAN, Juliette . *Analyse du service de documentation administrative du CDDP de Lille en vue de sa restructuration* . Rapport de stage . Lille 3 : 1999
- 8) MEUNIER, Isabelle . *Audit et réorganisation d'un centre de documentation* . Rapport de stage . Lille 3 : 1998
- 9) MUET, Florence, Jean-Michel SALAÛN . *Stratégie marketing des services d'information, bibliothèques et centres de documentation* . Editions du cercle de la Librairie, Collection Bibliothèques . Nouvelle édition, Paris : 2001

- 10) TRAVIER, Valérie . *Une politique d'acquisition pour une bibliothèque d'étude et de recherche* . Presses de l'ENSSIB . Paris : Février 2001

## **Table des annexes**

Annexe I	Présentation de la CRCI
Annexe II	Présentation de Norcomex
Annexe III	Organigramme de l'équipe Norcomex
Annexe IV	Présentation de l'Espace International
Annexe V	Présentation du CRDI
Annexe VI	Organisation spatiale du CRDI
Annexe VII	Présentation des pages Internet du site de Norcomex Les notices de marché et les répertoires d'adresses
Annexe VIII	Présentation des pages Internet du site de Norcomex La librairie du commerce international
Annexe IX	Présentation des pages Internet du site de Norcomex Les statistiques du commerce international
Annexe X	Présentation des pages Internet du site de Norcomex Les informations pratiques sur les voyages
Annexe XI	Présentation des pages de mise à jour du site Internet de Norcomex
Annexe XII	Présentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lille Métropole
Annexe XIII	Présentation de Nord France eXperts

Annexe XIV	Présentation de l'Agence Régionale pour le Développement
Annexe XV	Liste des périodiques du CRDI
Annexe XVI	Liste des études de marché et des répertoires d'adresses du CRDI
Annexe XVII	Liste des CD-Roms du CRDI
Annexe XVIII	Liste des filiales françaises à l'étranger du CRDI
Annexe XIX	Liste des ouvrages <i>Maison des Français à l'étranger</i> du CRDI
Annexe XX	Liste des ouvrages du CRDI
Annexe XXI	Liste des secteurs d'activité
Annexe XXII	Tableau de bord
Annexe XXIII	Guide d'entretien
Annexe XXIV	Questionnaire de satisfaction et grille de récupération des données sous Excel
Annexe XXV	Présentation de l'interface pour les visiteurs du CRDI

## **Annexe I**

# **Présentation de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie**

Page Internet de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Nord - Pas de Calais :

The screenshot displays the website for the Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Nord-Pas-de-Calais (CRCI). The main header features the CRCI logo and the text "La Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Nord-Pas-de-Calais". A vertical navigation menu on the left includes links for "Actu flash", "Les manifestations", "Le Nord-Pas de Calais en chiffres", "Visitez les CCI", "Consulter la librairie", "Nos annuaires en ligne", and "À qui vous adresser?". Below this menu is a "Newsletter" sign-up section and a search engine labeled "Nord Pas-de-Calais moteur de recherches" with the website URL "nordpasdecals.com". On the right side, a vertical list of categories is provided: Commerce, Creation / transmission, Environnement, Europe, Formation, Industrie, Innovation, International, NITE, Services, and Tourisme / Aménagement / Transports. Below the categories is a section titled "Les entreprises à la une :". At the bottom of the interface, there are three buttons: "Vie des entreprises", "Nouveau sur le site", and a red button that says "Évaluez votre démarche INNOVATION en quelques minutes".

Évaluez votre  
démarche  
**INNOVATION**  
en quelques minutes



## **Annexe II**

### **Présentation de Norcomex**

Page d'accueil du site de Norcomex, [www.norcomex.com](http://www.norcomex.com) :



Le savoir-faire à l'international

Accueil | Norcomex ? | Plan du site | Contact

- Faire de cette page votre page de démarrage
- Ajouter à mes favoris
- Nos services de A à Z
- Nos liens utiles
- Nos partenaires
- Agenda
- Lettres d'information
- Etudes & Conseils
- Des outils pour exporter
- Partez avec nous
- Infos Juridiques

---

### LETTRES D'INFORMATION

Inscrivez-vous à nos lettres d'information et recevez toute l'actualité des secteurs et filières : infos, conseils, ressources...

### RECHERCHE JURIDIQUE

### AGENDA - ACTUALITES

- Actus**  
Le Ministre François Loos a parlé de décentralisation des services à l'international aux journées Agir des CCI de France
- Agenda de Juin**  
Les rendez-vous de l'exportateur à ne pas manquer
- Cap sur l'International**  
Votre stratégie de développement à l'international mise en place avec l'aide de nos spécialistes
- Les fichiers Norcomex**  
Notre offre d'informations sur

### CETTE SEMAINE

Le 29/06/2003 à New York : **FANCY FOOD SHOW SUMMER 2003**

### ETUDES & CONSEILS

- Le Centre Régional de Documentation Internationale (CRDI)
- Les Experts Géographiques
- Les Etudes de Marché
- La Librairie du Commerce International
- Les Statistiques Régionales
- Les Conseillers du Commerce Extérieur
- Le Club Nord Export
- Les Métiers du Commerce International
- Les Déplacements professionnels
- Les Consulats du Nord - Pas de Calais

### PARTEZ AVEC NOUS

- Les Foires et Salons à l'Etranger
- Les Missions de prospection
- Les Journées d'information pays
- Les Enjeux de l'élargissement de l'UE
- Exportez en Allemagne
- Exportez en Espagne
- Exportez à Singapour et dans l'Asean
- Exportez en Autriche
- Exportez en Amérique Latine

### DES OUTILS POUR EXPORTER

- Renseignements de notoriété
- Listes de prospect étrangers
- Séminaires de formations
- Visio-conférence
- Aides financières
- Cap sur l'International
- Webexport
- Rendez-Vous International

Demander votre label : 

## Présentation de Norcomex et des services proposés :

### Pour les entreprises

Norcomex, un organisme au service des entreprises du Nord-Pas-de-Calais.

#### Présentation

Norcomex est la **Direction du Développement International** de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Nord-Pas de Calais.

Composé exclusivement de spécialistes issus de l'entreprise, avec une importante expérience du commerce international, Norcomex est un organisme public à but non lucratif au service du développement international des entreprises du Nord - Pas de Calais.

Chaque année, il traite plus de 3 500 demandes issues des entreprises régionales.

#### Les missions de Norcomex

- **Représentation des intérêts des entreprises** auprès des services de l'Etat et des Collectivités Territoriales.
- Lieu d'expression et de réflexion collective des entreprises du Nord Pas de Calais se développant ou souhaitant se **développer à l'International**.
- **Centre de Ressources** Spécialisées pour les 13 Chambres de Commerce et d'Industrie de la Région.
- **Appui opérationnel** aux entreprises actives ou souhaitant se développer à l'International.

#### Les différents types d'appui de Norcomex:

- **Une Information** sur les marchés étrangers, les réglementations internationales, la solvabilité de vos prospects, les réseaux locaux qui peuvent vous servir d'appui, les aides dont votre entreprise peut bénéficier, le commerce extérieur de la région, les entreprises qui travaillent à l'international dans le Nord Pas de Calais.

La revue trimestrielle "**Norcomex Informations**" pour tout savoir sur l'actualité internationale du Nord Pas de Calais et les secteurs qui bougent à l'étranger.

- **Des Conseil** sur les étapes à suivre dans la construction de votre stratégie à l'International, sur la rédaction de vos contrats et documentations commerciales, sur la résolution de litiges commerciaux, sur l'approche particulière des marchés allemand, espagnol et asiatique, sur le recrutement de votre personnel international, ...

- un **Accompagnement Individuel ou Collectif** dans lequel des spécialistes sont mis à votre disposition mais aussi au travers de visites organisées ou de stands régionaux "clés en main" sur les principaux salons et foires commerciales à l'étranger.

#### Pour tous contacts:

Norcomex

5, rue de la def

B.P. 500 59001 Lille CEDEX

Tél. : + 33 ( 0)3 20 63 79 91

Fax : + 33 ( 0)3 20 55 14 67

@ : <mailto:dcontact@norcomex.com>

Web: [www.norcomex.com](http://www.norcomex.com)

Exemple de service proposé par Norcomex : la formation à l'international.

La CCI de Calais en partenariat avec NORCOMEX vous propose une formation sur le sujet suivant :

**" Le contrat d'agence commerciale et de distribution à l'international "**

**Mercredi 19 mars 2003**

**Inscription en ligne**

**Public concerné:** Toute personne qui négocie ou gère les contrats d'importation ou d'exportation de biens (ingénieurs de production ou d'affaires, acheteurs, chefs de projets ou gestionnaires de contrats).

**Objectifs:** Renforcer la professionnalisation des personnes concernées en intégrant la dimension juridique et la rupture de ces contrats pour mieux en tirer les avantages.

**Programme de la formation:**

**L'AGENCE COMMERCIALE**

- L'agence commerciale dans l'Union Européenne et sa transposition dans les différents pays de l'Union Européenne
- Les modalités d'un contrat au vu de la négociation, des obligations de l'agent et du commettant, des préavis et des indemnités en fin de contrat.
- L'agence commerciale dans les futurs pays adhérents de l'Union Européenne.
- Quelques décisions récentes ou significatives rendues par les tribunaux ou les institutions arbitrales.

**LA DISTRIBUTION**

- La réglementation européenne applicable à la distribution exclusive ou sélective, la franchise ou les accords d'approvisionnement exclusif.
- Le droit national de la concurrence dans les pays de l'Union Européenne.

- Quelques décisions récentes ou significatives rendues par les tribunaux ou les institutions arbitrales.

**LA DISTRIBUTION**

- La réglementation européenne applicable à la distribution exclusive ou sélective, la franchise ou les accords d'approvisionnement exclusif.
- Le droit national de la concurrence dans les pays de l'Union Européenne.
- Le cas de la concession exclusive belge.
- La rupture de contrat dans les pays de l'Union Européenne.

**Horaires:** 8h45 - 17h30

**Lieu:**

Chambre de Commerce et d'Industrie de Calais

**Animation:**

Marie-Luce DIXON, conseillère juridique et fiscale à la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie du Nord Pas-de-Calais, Service Norcomex.

**Conditions de règlement:**

Chèque de 380 € TTC (comprenant la formation, le déjeuner, le dossier et un ouvrage) à adresser à l'ordre de la CRCI - BP 500 - 59001 LILLE Cedex.

**FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE DEDUCTIBLE DE VOTRE BUDGET FORMATION**

**Renseignement complémentaire:** Vanessa GUERLET, tel. 03 20 63 79 91 - email: rim@norcomex.com

Annonce du déménagement de Norcomex à l'Espace International :

### **International**

#### **Norcomex, direction internationale de la CRCI Nord - Pas de Calais, déménage pour mieux vous servir !**

Norcomex a rejoint l'Espace International situé près d'Euralille

Depuis le 22 avril 2003, Norcomex a déménagé de ses locaux actuels, situés 5, rue de la Clé à Lille, pour intégrer l'Espace International, situé 299, boulevard de Leeds, face à la gare TGV de Lille.

Ce déménagement est l'occasion de mieux servir nos clients, dans un espace modernisé privilégiant un accueil chaleureux et toujours aussi efficace. Sur un plateau de 650 m<sup>2</sup>, Norcomex se situe désormais au coeur d'un ensemble de services dédiés aux entreprises souhaitant se développer à l'International.

- Vous retrouverez dans nos locaux :

Un **Centre Régional de Documentation International** modernisé

Nos **fichiers et nos études de marché**

Notre **spécialiste réglementaire, juridique et fiscal**

Nos **formations spécialisées en Commerce International**

Nos spécialistes géographiques sur **l'Allemagne, l'Espagne et l'Asean ...**

**mais aussi :**

*Les spécialistes géographiques de la CCI de Lille Métropole sur la Pologne, la Russie, le Japon, les Etats-Unis, la Grande Bretagne et l'Italie*

*Les spécialistes géographiques du Conseil Régional sur le Maghreb, la Chine et le Québec.*

Par ailleurs, les exporteurs et importateurs qui nous rendront visite trouveront également au sein de cet Espace International les services de la Direction Régionale du Commerce Extérieur (DRCE) et du World Trade Center. Cet Espace International, travaillant au coeur du réseau régional des Conseillers en Développement International des 13 Chambres de Commerce et d'Industrie du Nord - Pas de Calais permettra ainsi, nous l'espérons, d'emmener toujours plus d'entreprises régionales sur les marchés étrangers. Nos services ont réouvert le 28 avril 2003 : une visite ou un contact s'impose.

Alors, n'hésitez plus !

**Nouvelle Adresse : 299, Boulevard de Leeds 59777 EURAILLE**

**Tel. 0 359 562 220 Fax 0 359 562 222**

**Mail : [contact@norcomex.com](mailto:contact@norcomex.com)**

**Tout sur l'international sur notre site <http://www.norcomex.com/>**

© CRCI Nord - Pas de Calais 2003- [crci@nordpasdecals.cci.fr](mailto:crci@nordpasdecals.cci.fr)

## **Annexe III**

### **Organigramme de l'équipe Norcomex**



# L'équipe



## « Pôle Information »



**Vanessa GUERLET**  
Informations marchés  
Tél. : 0 359 562 228



**Karine VAIRO**  
CRDI / Visioconférence  
Tél. : 0 359 562 227



**Marie-Luce DIXON**  
Info juridiques et  
fiscales  
Tél. : 0 359 562 226

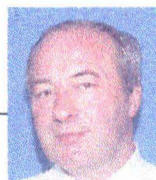


**Céline DUQUENNOY**  
Revue « Norcomex  
Informations »  
Tél. : 0 359 562 226

## « Missions et salons »



**Stéphane THRONEL**  
Directeur de Norcomex



**Vincent DIDRY**  
Responsable filières  
Allemagne et Asean  
Tél. : 0 359 562 225



**Edith LEROY**  
Responsable filières  
Espagne et Amérique  
Latine  
Tél. : 0 359 562 225



**Florence RENAUD**  
Secrétariat filières

## « Fichiers et Clubs »



**Joëlle FEYS**  
Secrétaire de Direction



**Florence RENAUD**  
Fichiers  
Tél. : 0 359 562 225



**Irène LEIGNEL**  
Conseillers du Com. Ext. et  
Club Nord Export

## « Projets »



**Régine SERRA**  
Agir à l'International  
et RVI



**Stéphane BRANGIER**  
Cap sur l'International



**Laëtitia OBERT**  
Observatoire des  
Exportateurs et Site Portail

## **Annexe IV**

### **Présentation de l'Espace International**



Présentation de l'Espace International :

# Espace International


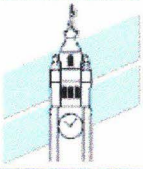




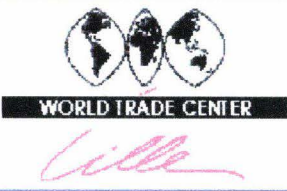
Recherche des compétences



Entrez votre code d'accès :

Valider

Présentation des locataires de l'Espace International :

<h1>Espace International</h1>	
<h2>Les Structures</h2>	
<p> Cliquez sur le logo pour accéder au site web</p>	
	<b>ARD</b>
	<b>CCI Lille Métropole</b>
	<b>Conseil Régional</b>
	<b>DRCE</b>
	<b>NFX</b>
	<b>Norcomex</b>
	<b>WTC</b>

[Retour à l'accueil](#)

Page de l'Intranet de l'Espace International :

# Espace International

## Recherche des compétences



Liste téléphonique



Mailing listes



Agenda



Les structures



Administration



Utilisateur : Accueil

Recherche sur une partie du nom

Recherche par structure

ARD

Recherche par compétences

Accueil de délégations étrangères

Recherche par pays

Afghanistan

Recherche par mot clef

[Retour à l'intro](#)

Présentation de l'Espace International dans le magazine électronique des Chambres de Commerce et d'Industrie :

Le magazine électronique des Chambres de Commerce & d'Industrie

L'e-mag **L'inter** Consulaire

JUIN JUILLET 2003

Editorial

Repères

Initiatives

Dossier

Enquête

Partenariats

Droits pratiques

Actualités

Contact

Abonnement

Archives

Espace International de Lille-Métropole Un concept unique en France

Les Imprimeurs militent pour l'environnement

L'entreprise ? A la portée de tous !

## Espace international de Lille-Métropole Un concept unique en France

A Lille, tous les organismes dédiés au commerce international sont désormais réunis sous un même toit. Les services de l'Etat, du conseil régional et des différents organismes consulaires constituent ainsi un véritable réseau, qui favorisera la stratégie export des entreprises et le rayonnement international de la métropole lilloise.

Photo : © D.R.

UNE TOUR "A L'HORIZONTALE"

Un nouvel immeuble s'élève depuis quelques mois dans la Cité des affaires d'Euralille. Situé le long de la gare Lille-Europe, il bénéficie de la proximité immédiate de la gare TGV et du boulevard périphérique. Construit à l'initiative de la CCI de Lille-Métropole pour un coût total de 11,6 millions d'euros, il abrite l'Espace international et rassemble en un seul lieu tous les organismes régionaux dédiés au commerce international.

**Que l'on ne s'y trompe pas, il s'agit d'un concept innovant, unique en France, qui permet de regrouper trois fonctions essentielles :** l'accueil des délégations étrangères ou régionales, les services (documentation, information, études) et la promotion. Sont ainsi réunies la Direction régionale du commerce extérieur (DRCE) et Norcomex (direction internationale de la CRCI) - qui coordonne tous les services internationaux des CCI de la région -, et proposés entre autres un centre de documentation internationale et une cellule de conseil juridique. Cette structure intervient sur plusieurs filières : l'Allemagne, l'Espagne, la Malaisie, la Thaïlande, Singapour et l'Amérique latine. L'Agence régionale de développement (ARD), émanation du conseil régional Nord-Pas-de-Calais, est aussi sur place et accompagne les PME et PMI régionales dans leurs démarches de partenariat et de coopération économique, particulièrement avec la Chine, le Maghreb et le Québec.

**"Les filières internationales de la CCI de Lille-Métropole sont également présentes,** précise Jérôme Toulemonde, directeur du département promotion et internationalisation de l'industrie et des services, *avec les filières Grande-Bretagne, Italie, Japon, Pologne, Russie, Ukraine et Etats-Unis, le club des pays d'Europe centrale et orientale (Peco) et le club Japon-Lille-Nord-Pas-de-Calais, le Centre transfrontalier de développement industriel et commercial (CTDIC), qui travaille au développement avec la Wallonie, et l'Euro Info Centre (EIC).*" NFX (Nord France eXperts), l'agence de promotion du Nord-Pas-de-Calais, qui fut l'un des premiers organismes à prendre possession de ces nouveaux locaux, le World Trade Center de Lille et l'Agence pour la promotion internationale de Lille-Métropole (APIM) ont également élu domicile à l'Espace international. C'est donc un véritable réseau d'appui aux entreprises qui a vu le jour. Il permettra également de conforter la vocation internationale de Lille-Métropole.

François Delhay, l'architecte lillois créateur du bâtiment qui abrite l'Espace International, l'a conçu comme "une tour à l'horizontale" constituée de trois bâtiments. Long de 45 m et haut de 28 m, l'une de ses particularités est la salle de conférence : un cube construit en porte-à-faux au-dessus du boulevard périphérique. Les façades sont recouvertes d'un matériau inoxydable, teinté dans la masse par du titane, qui leur donne un aspect cuivré.

Article sur l'Espace International dans *La chronique du bâtiment et des travaux publics* n°14 du 11 avril 2003 :

## Un espace international à Lille

*Un immeuble souligne la dimension internationale de Lille et de sa métropole : l'Espace International, à Euralille. Il regroupe les principales structures aidant les entreprises internationales.*

Notre ambition avec cet Espace International est celle d'un bâtiment qui, au-delà de ses fonctions d'accueil, soit la marque et l'outil d'une volonté forte et partagée d'ouverture à l'international...», tient à souligner Patrick Van Den Schrieck, président de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lille Métropole, lors de l'inauguration du lieu.

De fait, cet Espace regroupe les principaux services institutionnels qui appuient les entreprises ayant des velléités de développement international, ainsi que les entreprises étrangères souhaitant s'implanter en France ou en Europe.

Ce regroupement «sous un même toit» des structures régionales d'appui au développement international est, d'après ses concepteurs, «unique en France». Il donnera sûrement une image unifiée de l'aide à l'international, qui reste toujours partagée entre plusieurs structures : gouvernementale (avec la Direction régionale du commerce extérieur), consulaire (avec Norcomex, direction internationale de la CRCI), institutionnelle (avec l'Agence Régionale de Développement, émanation du Conseil Régional), hybride (NFX - Nord France eXperts, et

FAPIM, Agence pour la Promotion internationale de Lille Métropole, qui regroupent des représentants des mondes politique et économique), ou aussi privé (le WTC - World Trade Center). L'Espace International accueille aussi des délégations commerciales étrangères (Italie, les Pays-Bas dès à présent).



Les structures de l'Espace international voisinent Phôtel Crowne Plaza, ouvert en décembre 2002. Cet hôtel 4 étoiles de 121 chambres est un établissement du groupe SLH (Société Lilloise d'Investissement Hôtelier)

### NFX, APIM, DRCE, WTC ...

L'Espace a pour vocation de regrouper les acteurs majeurs du développement international de la métropole lilloise. Présentation de ces structures ...

La Direction régionale du commerce extérieur (DRCE) compte 7 personnes. Elle a pour mission de coordonner les initiatives régionales en matière de développement international des entreprises de la région, de soutenir les entreprises

régionales dans leur développement international (en les informant sur les marchés étrangers et en donnant des conseils sur l'investissement à l'étranger).

Norcomex (10 personnes) est un service de la CRCI (Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie). Il contribue

au développement international des entreprises et coordonne tous les services internationaux des CCI de la région. Il dispose de 2 500 études de marchés sectorielles, disponibles au Centre de Documentation Internationale de la CRCI.

Emanation du Conseil régional, l'Agence Régionale de Développement (15 personnes) est pourvue d'un département international qui «a pour but d'aider les entreprises de la

région à se positionner sur des marchés à l'international». L'agence accompagne les PME-PMI régionales dans leurs démarches de partenariat et de coopération économique, notamment vers la Chine, les Pays du Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie) et la province du Québec.

Nord France eXperts (NFX), qui compte 27 personnes, est «l'agence de promotion du Nord Pas de Calais». Elle a pour vocation d'aider les entreprises étrangères à développer leurs activités en

optimisant leur implantation dans le Nord Pas de Calais en liaison avec son réseau de partenaires. NFX a aussi développé un Observatoire régional des entreprises à capitaux étrangers implantées dans le Nord - Pas-de-Calais.

Le World Trade Center de Lille est à la fois un lieu d'accueil privilégié pour les sociétés ou institutions étrangères locales, et un partenaire pour toute entreprise souhaitant échanger à l'international. On compte 330 WTC dans le monde réunie sous la WTC Association, qui est une association mondiale à but non lucratif au service du développement du Commerce International.

LAPIM (agence pour la promotion internationale) compte 12 personnes : des ingénieurs d'affaires, des assistantes et un correspondant permanent aux USA. Elle assiste les entreprises durant leur implantation, en recherchant des locaux

professionnels, en accueillant des familles concernées par le déménagement de l'entreprise, aussi par la mise en relation avec des partenaires commerciaux, financiers ou de recherche.

**L'Espace International est situé le long de la gare Lille Europe. Il dispose d'un numéro de téléphone très symbolique : le 03 59 56 2100.**

## Fiche technique

L'Espace International représente un investissement de 11,6 millions d'euros (dont un tiers pour l'aménagement). La surface hors œuvre net (SHON) est de 6 300 m<sup>2</sup>. Conçu par les architectes François Delhay et Christian Sanchez, l'Espace comprend 10 niveaux, pour une hauteur de 28 mètres et une longueur de 45 mètres. La structure du bâtiment est entièrement réalisée en béton armé, avec un système de poteaux/poutres et de voiles porteurs avec des planchers en béton coulé en place. Les façades sont recouvertes d'une vêtre métallique inoxydable teintée « aspect cuivre » dans la masse, elle-même fixée sur une ossature métallique.

**Annexe V**

**Présentation du CRDI**



Page Internet de présentation du Centre Régionale de Documentation Internationale de Norcomex :

Le savoir-faire à l'international



[Accueil](#) | [Norcomex ?](#) | [Plan du site](#) | [Contact](#)

- Faire de cette page votre page de démarrage
- Ajouter à mes favoris

- Nos services de A à Z
- Agenda
- Des outils pour exporter
- Nos liens utiles
- Lettres d'information
- Partez avec nous
- Nos partenaires
- Etudes & Conseils
- Infos Juridiques

**ETUDES & CONSEILS**

- **Le Centre Régional de Documentation Internationale (CRDI)**
  - Présentation
  - Contact
- **La Librairie du Commerce International**
  - Les 4 derniers titres
  - Tout le catalogue
- **Les statistiques du Commerce Extérieur régional**
  - Les chiffres depuis 1999
- **Ciblez vos priorités avec nos études de marché**
  - Les 4 derniers titres
  - Tout le catalogue
- **Validez vos projets avec nos experts géographiques**
  - Les expert de A à Z
- **Le Guide des métiers du Commerce International**
  - Consultez notre guide
- **Le Guide des déplacements professionnels**
  - Infos pratiques pour les voyages
- **Tout savoir sur les Consulats du Nord - Pas de Calais**
  - Bureau et Secrétariat du Corps Consulaire
  - Liste des Membres Associés
  - Fêtes Nationales

**Le CRDI**

■ **Présentation :**



Le Centre Régional de Documentation Internationale a ouvert ses portes à Norcomex en **avril 1991**.

Son **objectif** est de mettre à la disposition des entreprises du Nord-Pas de Calais une **information fiable et ciblée sur les marchés extérieurs**.

■ **Des personnes compétentes répondent à vos attentes dans les domaines :**

- ▶ commerciaux
- ▶ réglementaires
- ▶ juridiques et fiscaux

■ **Relais du Centre Français du Commerce Extérieur, le Centre Régional de Documentation Internationale vous propose une multitude d'informations relatives au commerce international :**

- ▶ Des études pays/produits : notes des Postes d'Expansion Economique, études des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'étranger
- ▶ Des données économiques sur les pays étrangers
- ▶ Des adresses de distributeurs ou de fournisseurs
- ▶ Des statistiques sur les échanges internationaux
- ▶ Des adresses utiles
- ▶ Des revues de presse par pays

Présentation des CRDI :

# C.R.D.I.

CENTRES REGIONAUX

DE DOCUMENTATION INTERNATIONALE DU C.F.C.E.

(Centre français du commerce extérieur)

Nés de la Charte nationale de l'exportation et des conventions régionales, 29 C.R.D.I ont été créés par le C.F.C.E. en collaboration avec l'A.C.F.C.I. et le réseau consulaire.

Ils ont été mis en place afin de simplifier l'accès à l'information et harmoniser les relations entre tous les partenaires, renforcer les appuis aux entreprises opérant en région en coordonnant les services proposés, unifier la collecte, le traitement et la diffusion de l'information en plaçant le C.F.C.E. au coeur de ce dispositif.

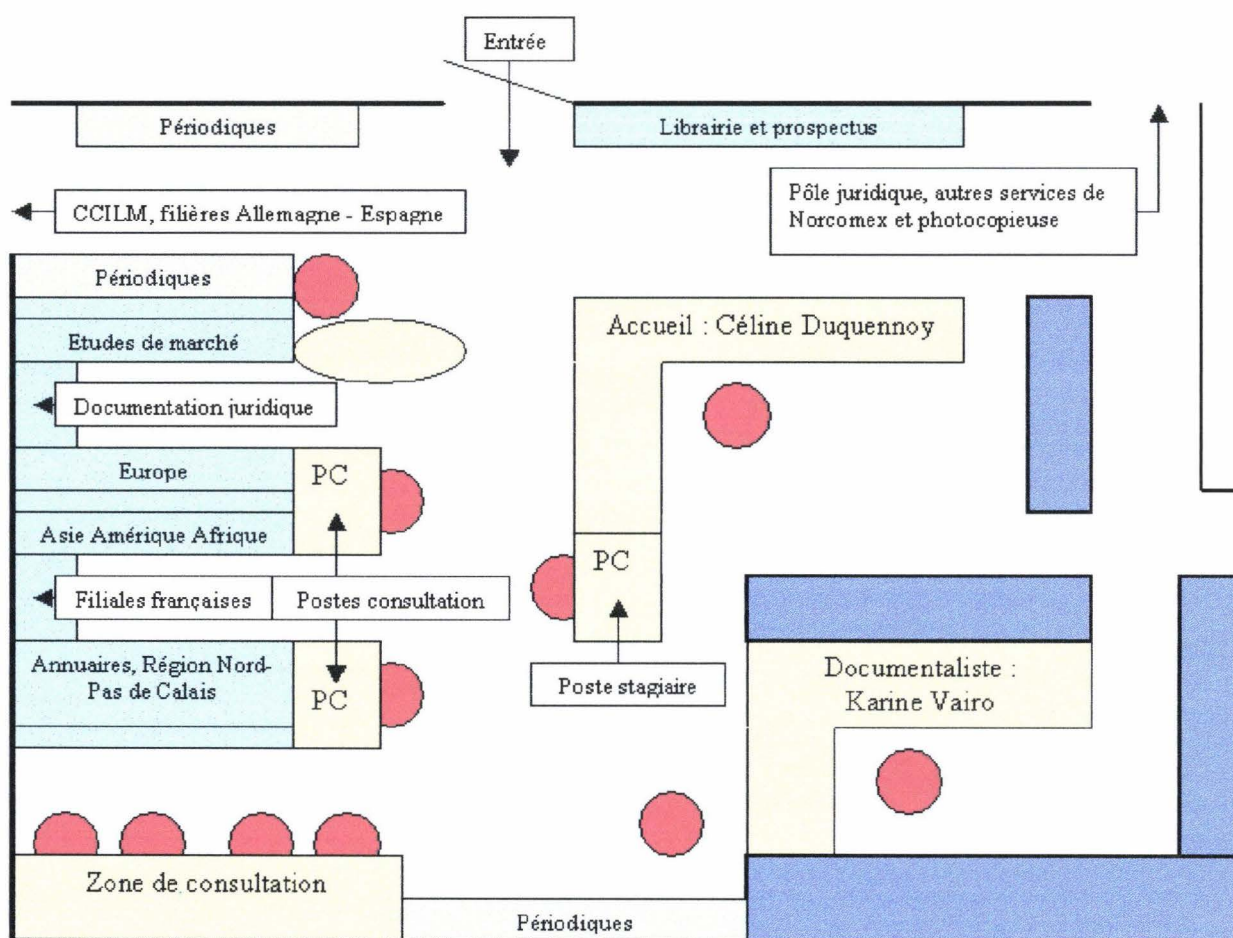
Ils permettent d'aider les entreprises, à partir d'une analyse de leur demande, d'orienter leurs recherches d'informations de base sur les marchés extérieurs et d'avoir accès à des banques de données ou de nombreux ouvrages spécialisés (consultation fonds documentaire, possibilités d'achats d'études ou notes économiques ou thématiques).

Ils mettent à disposition des entreprises l'ensemble du catalogue des prestations de la Cellule Entreprises et coopération.

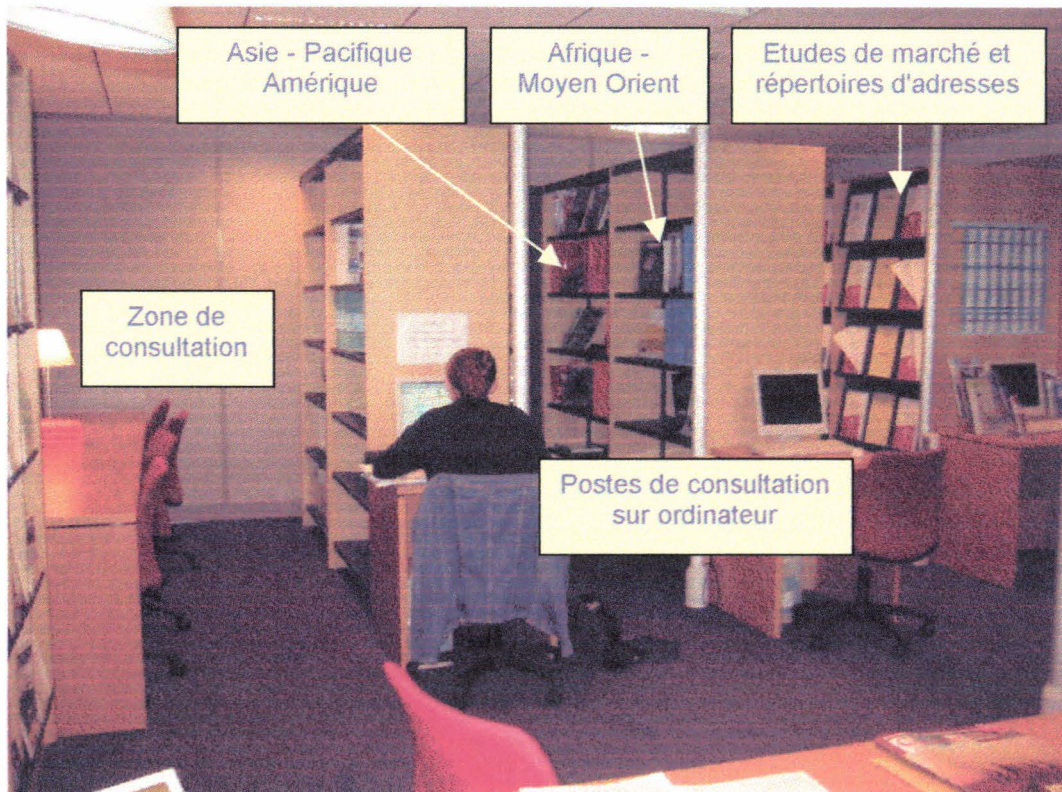
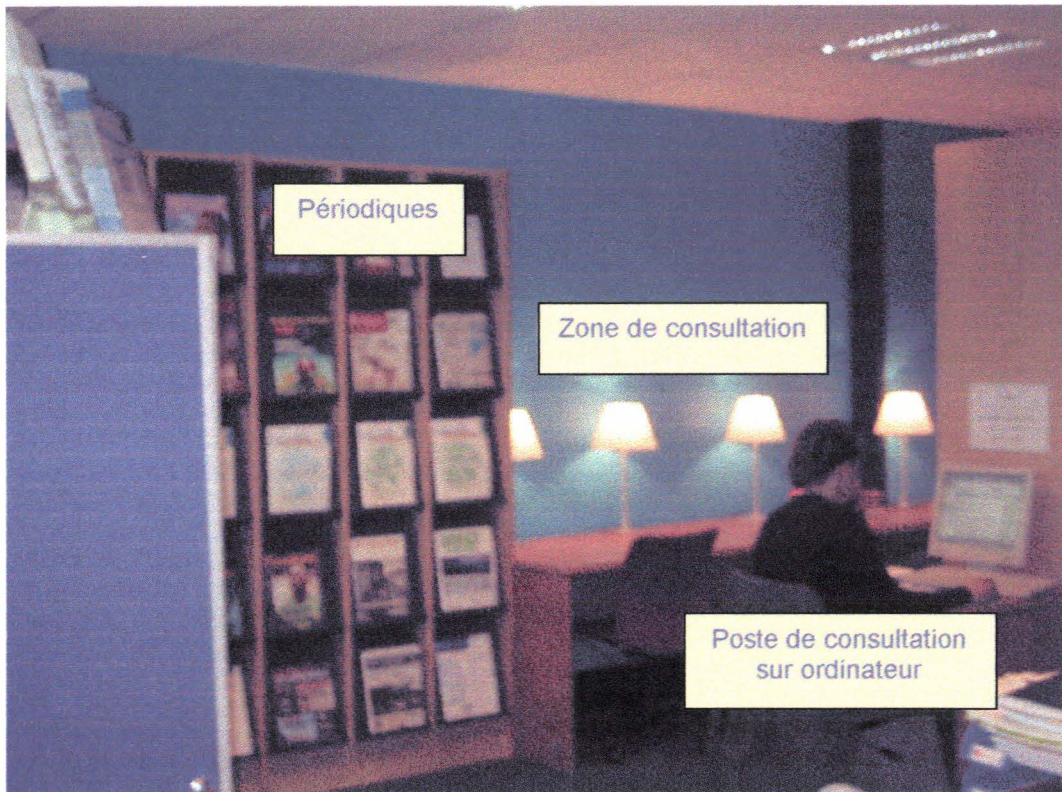
**Annexe VI**

**Organisation spatiale du CRDI**

Plan du CRDI de Norcomex, au troisième étage de l'Espace International :



Photos du CRDI :



## **Annexe VII**

**Présentation des pages Internet du site de Norcomex**

**Les études de marché et les répertoires d'adresses**

Voici un extrait de la page Internet des études de marché sur le site Internet de Norcomex :

## ▾ Etudes de marché

### \* Les notes des Postes d'Expansion Economique :

Les notes des **Postes d'Expansion Economique** permettent d'obtenir une idée précise du potentiel et des **modalités de fonctionnement** d'un marché pour un pays donné (circuits de distribution, habitudes, statistiques...).

Elles vous permettent **d'orienter** vos actions à l'international, ou de préparer efficacement un déplacement.

Disponibles en **consultation ou à la vente au CRDI**, vous en trouverez ci-après un échantillon des études existantes.

N'hésitez pas à **contacter le CRDI** pour obtenir d'autres informations ou passer commande.

### \* Consultez notre catalogue :

Secteur :

### Les 4 dernières notes :

#### < #1 > **LES JARDINERIES EN ALLEMAGNE**

Secteur : Fruits et Légumes - 134 pages

Editeur : ME Düsseldorf - Pays : Allemagne - Parution : 05/05/2003

120,00 Euros HT / 126,60 Euros TTC / TVA : 5,5 %

#### < #2 > **LE MARCHE DES PRODUITS COSMETIQUES AU CANADA**

Secteur : Parfumerie, Cosmétiques - 286 pages

Editeur : ME Toronto - Pays : Canada - Parution : 16/04/2003

230,00 Euros HT / 242,65 Euros TTC / TVA : 5,5 %

#### < #3 > **LES PRINCIPAUX OPERATEURS DU TRANSPORT URBAIN EN ESPAGNE**

Secteur : Transports (Réglementation des transports) - 136 pages

Editeur : ME Madrid - Pays : Espagne - Parution : 15/04/2003



120,00 Euros HT / 126,60 Euros TTC / TVA : 5,5 %

#### < #4 > **LES ACTEURS DU SECTEUR AUTOMOBILE AU BURKINA FASO**

Secteur : Automobile - 47 pages

Extrait de la page de sélection des différents secteurs d'activités répertoriés sur le site web de Norcomex :

• Consultez notre catalogue :

Secteur : Tous  

Les 4 dernières

< #1 > LES JAR

Secteur : Biotechnologies

Editeur : Boissons (alcoolisées et non-alcoolisées) 003

Bricolage, Outillage TVA : 5,5 %

Chimie (Industrie, Parapharmacie)

Distribution

Electricité, Construction électrique

< #2 > LE MARCHÉ DES PRODUITS COSMÉTIQUES AU CANADA

Tous
Agro-alimentaire (industries et produits)
Arts de la table
Automobile
Bâtiment, Architecture, Construction
Biotechnologies
Boissons (alcoolisées et non-alcoolisées)
Bricolage, Outillage
Chimie (Industrie, Parapharmacie)
Distribution
Electricité, Construction électrique



## **Annexe VIII**

**Présentation des pages Internet du site de Norcomex**

**La librairie du commerce international**

Page Librairie du site de Norcomex :

**NORCOMEX** Le savoir-faire à l'International

Accueil | Norcomex ? | Plan du site | Contact

- Faire de cette page votre page de démarrage
- Ajouter à mes favoris
- Nos services de A à Z
- Nos liens utiles
- Nos partenaires
- Agenda
- Lettres d'information
- Etudes & Conseils
- Des outils pour exporter
- Partez avec nous
- Infos Juridiques

**ETUDES & CONSEILS**

- Le Centre Régional de Documentation Internationale (CRDI)**
  - Présentation
  - Contact
- La Librairie du Commerce International**
  - Les 4 derniers titres
  - Tout le catalogue
- Les statistiques du Commerce Extérieur régional**
  - Les chiffres depuis 1999
- Ciblez vos priorités avec nos études de marché**
  - Les 4 derniers titres
  - Tout le catalogue
- Validez vos projets avec nos experts géographiques**
  - Les expert de A à Z
- Le Guide des métiers du Commerce International**
  - Consultez notre guide
- Le Guide des déplacements professionnels**
  - Infos pratiques pour les voyages
- Tout savoir sur les Consulats du Nord - Pas de Calais**
  - Bureau et Secrétariat du Corps Consulaire
  - Liste des Membres Associés
  - Fêtes Nationales

**La Librairie du Commerce International**

**Présentation :**

Plus de **4000 titres consacrés au commerce international** et à son environnement : ouvrages de gestion, de commerce international, études de marché, notes de synthèses sur des sujets d'actualité concernant les pays et les produits, réalisées par les services français de l'expansion économique à l'étranger, guides méthodologiques, manuels de techniques et de réglementations, annuaires français et internationaux, recueils de statistiques....

**Elle diffuse les publications :**

- du Centre Français du Commerce Extérieur et des Postes d'Expansion Economique français à l'Etranger. (ouvrages de base sur le commerce international, les notes des Postes d'Expansion Economique, études de marché...)
- du MOCI : hebdomadaire du Commerce International (Foire et salons à l'étranger, Salons internationaux en France, Risques Pays, Carnet d'adresses à l'export, Guide des déplacements professionnels...)
- de la Chambre de Commerce Internationale (Les incoterms, les règles et usances en Crédoc...)
- de l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (Carnet d'adresses de l'exportateur...)

La Librairie se trouve dans les locaux du **CRDI** situés à l'Espace International, Bd de Leeds, près d'Euralille. Elle est ouverte du lundi au vendredi de 9h à 12h30 et de 14h à 18h.

Les types de collections d'ouvrages de la page Librairie du site web de Norcomex :

Consultez notre catalogue :

Thème :

Les 4 derniers titres

< #1 > **TECHNIQ**

Thème : D  
Editeur : I  
Comment MOCI spéciaux  
préservation Revue "Norcomex Informations"  
'Technique Techniques de l'exportation.

Comment en  
es pour prévenir  
les risques et optimiser la gestion de votre entreprise.  
Cet ouvrage s'appuie sur de nombreux cas pratiques et s'articule en 3 parties consacrées respectivement au change, aux transferts internationaux et aux financements.

36,02 Euros HT / 38,00 Euros TTC / TVA : 5,5 %

Voici des exemples d'ouvrages proposés sur le site :

Recevez gratuitement

- **Les Conseillers du Commerce Extérieur de la France**
  - Présentation
  - Programme
  - Contact
- **Le Club Nord Export**

▼ **LETTRES D'INFORMATION**  
Inscrivez-vous à nos lettres d'information et recevez toute l'actualité des secteurs et filières : infos, conseils, ressources...

▼ **RECHERCHE JURIDIQUE**



■ **Consultez notre catalogue :**

Thème :

**Les 4 derniers titres :**

< #1 > **TECHNIQUE FINANCIERE INTERNATIONALE**  
Thème : Droit, Fiscalité, Réglementation - 448 pages  
Editeur : DUNOD - Pays : Tous - Parution : 22/04/2003  
Comment maîtriser les risques financiers de son entreprise? Comment en préserver l'équilibre financier?  
'Technique financière internationale' vous propose ses méthodes pour prévenir les risques et optimiser la gestion de votre entreprise.  
Cet ouvrage s'appuie sur de nombreux cas pratiques et s'articule en 3 parties consacrées respectivement au change, aux transferts internationaux et aux financements.  
**36,02 Euros HT / 38,00 Euros TTC / TVA : 5,5 %**

< #2 > **GRECE : LES CHANTIERS DE LA MODERNITE - MOCI DU 24 AVRIL 2003**  
Thème : MOCI spéciaux - 66 pages  
Editeur : SEDEC - Pays : Grèce - Parution : 23/04/2003  
Au sommaire de l'hebdomadaire MOCI du 24 avril 2003 :  
- Une enquête pays : Grèce, les chantiers de la modernité  
- Un dossier technique : Appels d'offres internationaux, où les trouver, comment y répondre?  
**8,96 Euros HT / 9,15 Euros TTC / TVA : 2,1 %**

< #3 > **LA FACTURE ET SES PARTICULARITES DANS LE DOMAINE DU COMMERCE INTERNATIONAL - REGLEMENTATION EUROPEENNE ET USAGES INTERNATIONAUX**  
Thème : Techniques de l'exportation. - 50 pages  
Editeur : - Pays : Tous - Parution : 24/04/2003  
Pour avoir tout sous la main concernant la méthode d'élaboration des factures destinées à l'international : quand facturer ? quel différé de facturation est toléré ? combien d'exemplaires ? quel support utilisable ? la télétransmission ? l'auto-facturation ? ...  
**18,39 Euros HT / 19,40 Euros TTC / TVA : 5,5 %**

< #4 > **REPERTOIRE MONDIAL D'ORGANISATIONS DE PROMOTION DES ECHANGES COMMERCIAUX ET D'AUTRES ORGANISMES D'APPUI AU COMMERCE**

Extrait de la page librairie du site web de Norcomex :

▼ **La Librairie du Commerce International**

■ **Catalogue :**

Thème :

**12 titre(s) sur 2 page(s)**  
**[p.1] [p.2]**

< #1 > **EXPORTER A BAHREIN**

Thème : Collection " l'essentiel d'un Marché " - 156 pages  
Editeur : CFCE - Pays : Bahrein - Parution : 04/12/2002

Une place centrale dans le commerce régional, des infrastructures de qualité, un cadre juridique et fiscal favorable aux entreprises étrangères, de nouvelles mesures destinées à attirer l'investissement étranger, un pays ouvert et sensible à l'offre française...

Autant de raisons de se positionner sur ce marché encore peu connu, mais à fort potentiel.

23,70 Euros HT / 25,00 Euros TTC / TVA : 5,5 %

< #2 > **EXPORTER A CUBA**

Thème : Collection " l'essentiel d'un Marché " - 261 pages  
Editeur : CFCE - Pays : Cuba - Parution : 20/03/2003

Si l'économie se développe et s'ouvre progressivement aux investissements étrangers, les procédures administratives restent lourdes et la croissance s'est ralentie, en raison notamment de la crise du tourisme international et de la chute des cours du sucre...

Cuba reste donc un marché difficile, à prospecter dans une perspective à long terme.

23,70 Euros HT / 25,00 Euros TTC / TVA : 5,5 %

< #3 > **EXPORTER A HONG KONG ET MACAO**

Thème : Collection " l'essentiel d'un Marché " - 247 pages  
Editeur : CFCE - Pays : Hong Kong - Parution : 25/04/2003

Vient de paraître dans la collection ' L'Essentiel d'un marché ', dont l'objectif est d'apporter des repères utiles à tous ceux qui veulent développer des relations d'affaires avec de nouveaux marchés : une vue d'ensemble du pays (la situation économique et financière, les principaux secteurs d'activité, le commerce extérieur, les investissements étrangers, la place de la France, les principales réglementations...), des informations concrètes (carte détaillée du pays, tableaux synthétiques, témoignages de chefs d'entreprise, contacts en France et dans le pays).

23,70 Euros HT / 25,00 Euros TTC / TVA : 5,5 %

## **Annexe VII**

**Présentation des pages Internet du site de Norcomex**

**Les statistiques du commerce international de la région**

Extrait de la page du site web de Norcomex des statistiques du commerce international de la région :

## Commerce extérieur régional

### ※ Les chiffres du commerce extérieur Nord-Pas-de-Calais :

#### Année 2002

- ▶ 1er trimestre
- ▶ 2ème trimestre
- ▶ 3ème trimestre
- ▶ 4ème trimestre
- ▶ Comparaison France / Nord Pas de Calais (2ème semestre)
- ▶ Chiffres détaillés

#### Année 2001

- ▶ 1er trimestre
- ▶ 2ème trimestre
- ▶ 3ème trimestre
- ▶ 4ème trimestre
- ▶ Chiffres détaillés

#### Année 2000

- ▶ 1er trimestre
- ▶ 2ème trimestre
- ▶ 3ème trimestre
- ▶ 4ème trimestre
- ▶ Chiffres détaillés

#### Année 1999

- ▶ 1er trimestre
- ▶ 2ème trimestre
- ▶ 3ème trimestre
- ▶ 4ème trimestre

### ※ Pour obtenir le détail des Statistiques Régionales du Commerce Extérieur :

- Commandez **en ligne depuis notre librairie**
- Commandez l'édition papier au 03.59.56.22.27 ou par mail à **Melle Vairo Karine**
- Consultez le **Kiosque de Bercy**

## **Annexe VII**

### **Présentation des pages Internet du site de Norcomex**

#### **Les informations pratiques sur les voyages**

Extrait de la page de sélection des pays pour la page d'information sur les pays du site web de Norcomex :

liste des ipv validées

Toutes [ Nbre total d'ipv : 47 sur 4 page(s) ]

<< Préc. P. 1/4 Suiv. >> Aller à la page n° :

<# 1 #>	<input type="checkbox"/> Afrique du Sud (Johannesburg) » Afrique		
<# 2 #>	<input type="checkbox"/> Maroc (Casablanca) » Afrique		
<# 3 #>	<input type="checkbox"/> Tunisie (Tunis) » Afrique		
<# 4 #>	<input type="checkbox"/> Canada (Montréal) » Amérique du Nord		
<# 5 #>	<input type="checkbox"/> Canada (Vancouver) » Amérique du Nord		
<# 6 #>	<input type="checkbox"/> Etats-Unis (Chicago) » Amérique du Nord		
<# 7 #>	<input type="checkbox"/> Etats-Unis (Los Angeles) » Amérique du Nord		



extrait de la page d'interface de création et de modification d'une fiche pays :

<b>Pays :</b>	Allemagne (Francfort)	(255 char)
<b>Zone géo :</b>	Europe de l'Ouest	
<b>Valide :</b>	<input type="radio"/> Oui <input checked="" type="radio"/> Non <input type="radio"/> En attente	
<b>Temps de vol :</b>	depuis Paris : 1h20. Compagnie aérienne nationale : Lufthansa, Tél : 0802020030.	
<b>Décalage horaire :</b>	aucun	(255 chr)
<b>Formalités :</b>	carte nationale d'identité. aucun vaccin exigé.	
<b>Monnaie :</b>	le mark(1 mark = environ 3,35 F).	(255 chr)
<b>Langue(s) :</b> (255 char)	l'allemand.	
<b>Météo :</b> (255 char)	-5° en janvier, 25° en juillet-août.	
<b>Réseau élect. :</b> (255 char)	220 V - 50 Hz, prises aux normes européennes.	
<b>Hotels :</b>	An Der Messe, Tél : (69) 747979, Fax : (69) 748349.	
<b>Cout du séjour :</b>	Chambre d'hôtel : à partir de 350 F, repas : 200 F, location de voiture : à partir de 500F.	
<b>Horaires d'ouv.</b> (255 char)	des bureaux : 7h30/8h - 16h/17h.	
<b>Jours fériés :</b> (255 char)	samedi et Dimanche	

Voici un extrait de la page d'informations pratiques sur les voyages en Australie :

### ▼ Infos pratiques pour les voyages

■ Zone :   ■ Pays :

#### ■ Asie et pacifique » Australie (Sydney) :



##### Temps de vol

Compagnie aérienne nationale : Ansett Australia Airlines  
Tel. : 01.44.40.06.34



##### Décalage horaire

+ 8h l'été, + 10h l'hiver



##### Formalités

- passeport et visa sont obligatoires  
- aucun vaccin exigé



##### Monnaie

Dollar  
Voir le taux de change : [cliquez ici](#)



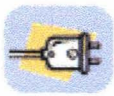
##### Langue

anglais



##### Météo

12° en août - septembre  
34° de décembre à février



##### Réseau électrique

240 V, prises à trois fiches plates



##### Hôtels

Marriott Sydney Hotel, 36 College Street  
Sydney 2010  
Tel: 61 2-93618400- Fax: 61 2-93618599



##### Coût du séjour

Chambre d'hôtel : à partir de 76 €  
Repas : à partir de 23 €  
Location de voiture : 30 €



##### Horaires d'ouverture

## **Annexe XI**

### **Présentation des pages de mise à jour du site de Norcomex**

Extrait de la page de sélection des notices des études de marché pour la mise à jour du site Internet de Norcomex :





















**Liste des en validons**

Secteur : Tous  
Pays : Tous  
Editeur : Tous

[ Nbre total d'em : 136 sur 14 page(s) ]

1/1000 < Préc. P. 1/14 > Suiv. >> Fin >>> Aller à la page n° :

---

<# 1 #> (ID : 134)	<b>LES PRINCIPAUX IMPORTATEURS AUTRICHIENS DE PRODUITS AGRO ALIMENTAIRES</b> » ME Vienne / Autriche / 150 pages / Parution : 07/05/2002 » TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	120,00 EUR HT	   
<# 2 #> (ID : 209)	<b>LA PARAPHARMACIE A TAIWAN</b> » ME Taipei / Taiwan / 78 pages / Parution : 11/10/2002 » TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	120,00 EUR HT	   
<# 3 #> (ID : 184)	<b>TAIWAN / GUIDE REPERTOIRE HABITAT DECORATION</b> » ME Taipei / Taiwan / 200 pages / Parution : 09/01/2002 » TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	230,00 EUR HT	   
<# 4 #> (ID : 162)	<b>LE SECTEUR DE L'ENVIRONNEMENT A TAIWAN</b> » ME Taipei / Taiwan / 122 pages / Parution : 17/01/2003 » TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	230,00 EUR HT	   
<# 5 #> (ID : 136)	<b>L'ART DE LA TABLE EN SLOVENIE</b> » ME Ljubljana / Slovénie / 32 pages / Parution : 30/06/2002 » TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	60,00 EUR HT	   



Extrait de la page d'ajout et de suppression de pays pour les notices des études de marché. La documentaliste a aussi la possibilité de supprimer ou d'ajouter des secteurs d'activité et des éditeurs selon le même modèle :

**Notices des Pays**

Ajouter un nouveau pays :

Nom :

---

Modifier un pays :

23 pays commençant par : A

« #1 »	<input type="text" value="Afghanistan"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #2 »	<input type="text" value="Afrique"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #3 »	<input type="text" value="Afrique Australe"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #4 »	<input type="text" value="Afrique de l'Ouest francophone"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #5 »	<input type="text" value="Afrique du Nord"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #6 »	<input type="text" value="Afrique du sud"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #7 »	<input type="text" value="Albanie"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #8 »	<input type="text" value="Algérie"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #9 »	<input type="text" value="Allemagne"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #10 »	<input type="text" value="Amérique Centrale et du Sud"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #11 »	<input type="text" value="Andorre"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #12 »	<input type="text" value="Angola"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #13 »	<input type="text" value="Antigua et Barbuda"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #14 »	<input type="text" value="Antilles néerlandaises"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer
« #15 »	<input type="text" value="Arabie Saoudite"/>	<input type="radio"/> Modifier	<input type="radio"/> Supprimer

Page de sélection des notices des ouvrages de la librairie de Norcomex :

U : InterUser InterUser norcomex.com : administration

[Gestion des Utilisateurs](#)
[Agenda](#)
[Inf. pratiques pour les voyages](#)
[Catalogues](#)
[Maintenance](#)
[Commandes & Clients](#)

**Catalogues**

Articles réservés à l'HTA

Thème : 
 Pays : 
 Editeur :

[ Nbre total d'articles : 61 sur 7 page(s) ]

1 -> 2 -> 3 -> 4 -> 5 -> 6 -> 7 ->
 P. 1 / 7
 Aller à la page n° :

<# 1 #>	<b>FRENCH FIRMS IN TAIWAN, ENTREPRISES FRANCAISES A TAIWAN 2003</b> (ID : 171)	* CCIF à Taiwan / Taiwan / 308 pages / Parution : 01/01/2003 * TVA : 19,6 % / Poids : 100 g	28,04 EUR HT			
<# 2 #>	<b>PARFUMS ET COSMETIQUES A TAIWAN</b> (ID : 213)	* CFCE / Taiwan / 202 pages / Parution : 14/02/2003 * TVA : 5,5 % / Poids : 100 g	236,00 EUR HT			
<# 3 #>	<b>GRÈCE : LES CHANTIERS DE LA MODERNITE - MOCI DU 24 AVRIL 2003</b> (ID : 242)	* SEDEC / Grèce / 66 pages / Parution : 23/04/2003 * TVA : 2,1 % / Poids : 100 g	0,96 EUR HT			
<# 4 #>	<b>ETATS-UNIS : LES MODES DE DISTRIBUTION ALTERNATIFS</b> (ID : 229)	* SEDEC / Etats-Unis / 90 pages / Parution : 14/05/2003	0,96 EUR HT			

Interface de mise à jour des notices bibliographiques de la page librairie du site Internet de Norcomex. La documentaliste peut ajouter ou supprimer les thèmes des notices :

**Modifier un article**

**Titre :**  (255 chr)

**Pays :**

**Thème :**

**Editeur :**

**Date de parution :**  (jj/mm/aaaa) **Nb. de pages :**

**Prix HT :**  EUR **TVA :**

**Poids :**  g

**Valide :**  Oui  Non  En attente

Rich text editor toolbar:

URL:

Large empty text area for the notice content.

Color selection tool:



**Annexe XII**

**Présentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie**  
**Lille Métropole**

Page d'accueil du site Internet de la Chambre de Commerce de Lille Métropole :



**CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE**  
**DE LILLE METROPOLE**

[Sommaire](#)

---

Conception et réalisation : [département informatique](#) de la [CCI de Lille Métropole](#)

Page d'accueil de la branche internationale de la CCI Lille Métropole :

## INDUSTRIE et INTERNATIONAL

Vos contacts à la CCI de Lille

**La Division Internationale du Département Industrie et Services dirigé par :**

**Jérôme TOULEMONDE**

### **World Trade Center de Lille :**

→ **Patrice LECLERCQ** : 03 20 40 04 55 / [p.leclercq@wtc.lille.org](mailto:p.leclercq@wtc.lille.org)

### **Conseillers en développement international :**

→ **Mathilde BENDLER** : 03 20 63 77 97 / [m.bendler@lille.cci.fr](mailto:m.bendler@lille.cci.fr)

→ **Bruno LEURIDAN** : 03 20 63 77 95 / [b.leuridan@lille.cci.fr](mailto:b.leuridan@lille.cci.fr)

### **Conseillère en développement européen :**

→ **Laurie GRZECHNIK** : 03.20.63.77.97 / [l.grzechnik@lille.cci.fr](mailto:l.grzechnik@lille.cci.fr)

**Annexe XIII**

**Présentation de Nord France eXperts**

Extrait de la page d'accueil du site Internet de NFX :

POURQUOI CHOISIR LA FRANCE ? VOTRE MARCHÉ CIBLE EN EUROPE VOTRE MODE DE DISTRIBUTION PRIORITAIRE Toutes les offres logistiques

# Implantez votre centre logistique européen en France

## Choisissez....

# Nord-Pas de Calais

## Une plate-forme internationale au coeur de l'Europe



**Accueil Nord Pas-de-Calais**

**PANORAMA GLOBAL**

[Infrastructures](#)

[Votre marché-cible en Europe](#)

[Aspects économiques et filières de développement](#)

**LES SITES LOGISTIQUES**

[Ports maritimes de Boulogne-Calais Dunkerque](#)

[Autres sites du Nord Pas-de-Calais](#)

**LES ATOUTS LOGISTIQUES**

[Savoir-faire](#)

[Entreprises locales](#)

[Aides et conseils à l'implantation](#)

[Ils ont choisi le Nord-Pas-de-Calais](#)



Cliquez pour agrandir

- Des infrastructures performantes comprenant notamment **3 des principaux ports maritimes européens (Calais, Boulogne, Dunkerque)**.
- Un **grand nombre d'entreprises logistique/transport** présentes sur le territoire (plus de 5 600 établissements et 56 000 emplois)
- Une longue **tradition logistique** et la présence des plus grands noms dans le domaine du colisage et de la messagerie expresse.
- 239 millions de tonnes de marchandises transportées qui transitent dans la région.
- 90 millions de tonnes **d'échanges internationaux**.
- Des **capacités de stockage** très importantes et spécialisées (froid négatif, produits dangereux) .
- Tous les **savoir-faire** réunis : conditionnement, assemblage, étiquetage, livraison juste à temps, contrôle qualité, gestion de stocks, routage, facturation, centres de distribution...
- Plus de **20 plates-formes multimodales**, dont la plus récente Delta 3 opérationnelle en 2003 : un terminal de transport combiné fer, route, voie d'eau avec 330 000 m<sup>2</sup> d'entrepôt logistiques et un centre de services.
- Des **programmes d'aides et d'assistance** pour les projets d'implantation.
- 100 millions de consommateurs dans un rayon de 300 km.
- Une région de 4 millions d'habitants, soit 7 % de la population française : 37 % de moins de 25 ans (32 % en France)
- Un PIB régional de 5,49 % du PIB total national en 2000.

### Actualités

Septembre 2003

#### Vie des Entreprises

**Columbia Sportswear s'installe à Cambrai:**  
L'Américain Columbia Sportswear a retenu le site de Cambrai pour implanter son Centre européen de distribution.

**Sintax Logistique, un nouveau prestataire pour la plate-forme logistique Toyota:**  
Sintax Logistique livre toute l'Europe depuis Onnaing.

**Tanis s'implante à Cambrai:**  
Trèves Antolin Interior System a choisi de s'y implanter.

#### Infrastructures

**Grands vracs au port de Dunkerque - Sea Bulk inauguré:**  
Troisième port européen pour les vracs secs, Dunkerque conforte sa position avec l'extension du terminal à pondéreux ouest exploité par le GIE Sea Bulk.

**Annexe XIV**

**Présentation de l'Agence Régionale de Développement**

Page Internet de l'ARD :

20030722

SOMMAIRE

liens  
e-mail  
adresses  
sigles



## L'AGENCE RÉGIONALE DE DÉVELOPPEMENT N O R D - P A S D E C A L A I S

### S'INFORMER

*L'économie régionale  
Note d'Information Économique  
Europe  
Développement du territoire*

### AGIR

*Créer votre entreprise  
Reprendre ou céder une entreprise  
Déposer un dossier européen*

### L'AGENCE

*L'association  
Présentation  
Rapport d'activités*

**Annexe XV**

**Liste des périodiques du CRDI**

<b>Titre du périodique</b>	<b>Pays concernés</b>	<b>Actif</b>	<b>Périodicité</b>
Accomex	Tous	→ 12/02	bimestriel
Assexport	Tous	Oui	trimestriel
Bois Mag	Tous	→ 05/03	mensuel
Bulletin des Transports	Tous	Oui	hebdo
Bulletins du CFCE (les) - Agroalimentaire	Tous	Oui	mensuel
Capital	Tous	Oui	mensuel
CCE International	Tous	→ 12/02	mensuel
Commerce International	Tous	Oui	mensuel
Conjoncture (BNP Paribas)	Tous	Oui	mensuel
Courrier International	Tous	Oui	hebdo
Echos (les)	Tous	Oui	quotidien
Economia	Tous	05/03	mensuel
Economist (the)	Tous	Oui	hebdo
Enjeux (les Echos)	Tous	Oui	mensuel
Indicateurs	Tous	→ 03/03	mensuel
Industries	Tous	Oui	mensuel
Interconsulaire (l')	Tous	Oui	bimestriel
Lettre de l'International (la) - BSD	Tous	Oui	mensuel
Management	Tous	Oui	mensuel
MOCI (le)	Tous	Oui	hebdo
Monde (le)	Tous	Oui	quotidien
Norcomex Informations	Tous	Oui	trimestriel
Veille Internationale Commerce & Distribution	Tous	Oui	mensuel
Veille Internationale Habitat et Décoration	Tous	Oui	mensuel
Veille Internationale Ferroviaire & Transports urbains ferrés	Tous	Oui	bimestriel
Veille Internationale Plasturgie	Tous	Oui	bimestriel
Veille Internationale Pomme de Terre	Tous	Oui	mensuel
Veille Internationale Produits de la Pêche & de l'aquaculture	Tous	Oui	mensuel
Veille Internationale Santé et Tech. Médiclaes	Tous	Oui	bimestriel
Veille Internationale Mode – Beauté – Parure	Tous	Oui	mensuel
<b>Afrique</b>			
Courrier (le) (Coopération)	Afrique	→ 04/03	bimestriel
Jeune Afrique	Afrique	Oui	hebdo
Marchés Tropicaux et Méditerranéens	Afrique et Océanie	Oui	hebdo
REFA	Arabie Saoudite	→ 03/03	trimestriel
Antenne (l')	Egypte	→ 08/02	bimestriel
<b>Europe</b>			
7 jours Europe	Europe	Oui	hebdo
Inforegio Panorama	Europe	→ 03/03	mensuel
Lettre mensuelle de conjoncture	Europe	Oui	mensuel
Notes Bleues de Bercy (les)	France	Oui	bimensuel
Gazette Nord-Pas de Calais (la)	Nord-Pas de Calais	Oui	hebdo
Note d'Information Economique (la) (ARD)	Nord-Pas de Calais	→ 03/03	bimestriel
Revue de Presse CRCI	Nord-Pas de Calais	Oui	hebdo
Voix du Nord (la)	Nord-Pas de Calais	→ 25/07/03	quotidien
Face	Lille	Oui	mensuel
Allemagne d'aujourd'hui	Allemagne	Oui	trimestriel
Deutschland	Allemagne	→ 05/03	bimestriel
Marché Franco-Allemand (le)	Allemagne	Oui	bimensuel
Autriche des affaires	Autriche	Oui	mensuel
Belgique (OBCE)	Belgique	→ 10/02	trimestriel



<b>Titre du périodique</b>	<b>Pays concernés</b>	<b>Actif</b>	<b>Périodicité</b>
Brèves Transfrontalières	Belgique	→ 04/03	mensuel
Distribution d'aujourd'hui (Belgique)	Belgique	→ 04/03	mensuel
Wallonie Bruxelles	Belgique	→ 10/02	bimestriel
Distribucion Actualidad (Espagne)	Espagne	Oui	mensuel
Expansión	Espagne	→ 12/02	mensuel
Perspectives (CFCI Espagne)	Espagne	Oui	mensuel
Spain Gourmetour	Espagne	Oui	trimestriel
Hungarian Economy (the)	Hongrie	→ 01/02	trimestriel
Holland Economic Tribune	Pays-Bas	→ 12/02	trimestriel
Holland Horizon	Pays-Bas	Oui	semestriel
Made in Holland	Pays-Bas	Oui	mensuel
Courrier des Pays de l'Est	PECO	→ 02/03	mensuel
Aspectos	Portugal	→ 05/03	mensuel
Contact (CC Franco-Tchèque)	République Tchèque	Oui	trimestriel
Industrie et Commerce Tchèques	République Tchèque	Oui	bimestriel
South East Business	Royaume-Uni	→ 04/03	mensuel
Liens	Suède	Oui	trimestriel
<b>Asie Pacifique</b>			
Eco Austral (l')	Océanie	Oui	mensuel
France Australie	Australie	→ 03/03	bimestriel
Connexions (CCIFC)	Chine	→ 02/03	bimestriel
Corée Affaires	Corée du Sud	Oui	bimestriel
France Japon Eco	Japon	Oui	trimestriel
Japon à la Page (le)	Japon	Oui	trimestriel
<b>Amérique</b>			
Perspectives (Argentine)	Argentine	→ 03/03	trimestriel
Franca Brasil	Brésil	→ 05/03	bimestriel
Action Canada-France	Canada	Oui	trimestriel

## **Annexe XVI**

### **Liste des études de marché et des répertoires d'adresses du CRDI**

Titre	Date	Nombre de pages	Pays
S'implanter en Allemagne : itinéraire balisé	2000	104	Allemagne
Guide pratique de l'implantation en Belgique	2001	208	Belgique
L'implantation au Royaume-Uni	2001	69	Royaume-Uni
Le guide d'implantation au Maroc	2001	87	Maroc
Comment s'implanter en Bulgarie	2001	172	Bulgarie
S'implanter en Inde	2002		Inde
Singapour : guide d'implantation	2000	70	Singapour
Les aspects juridiques de l'implantation aux Etats-Unis	2000	71	Etats-Unis
Guide d'implantation en Australie à l'usage des entreprises françaises	2001	128	Australie
Bureaux d'achats correspondants de grands magasins étrangers et principaux commissionnaires exportateurs	2001	92	Tous
Pépinières d'entreprises et centres technologiques en Rhénanie du Nord-Westphalie	1999	68	Allemagne
La Belgique et ses Régions : situation économique et disparités régionales	2001	98	Belgique
Autonomie fiscale et budgétaire des Communautés et des Régions en Belgique	2001	35	Belgique
Les financements japonais sur pays tiers	2001	42	Japon
Mieux connaître la franchise aux Etats-Unis	1998	72	Etats-Unis
Aspects juridiques de l'exportation avec l'Asie du Sud-Est et de la Chine	2001		Chine Asie du Sud-Est
Accord de libre échange Union européenne/Mexique	2000	76	Europe Mexique
<b>Agriculture, agroalimentaire, emballage</b>			
Le marché des produits de confiserie en sucre en Europe	2002		Europe
Le marché allemand de la charcuterie des salaisons et des autres produits carnés transformés	2000	63	Allemagne
Importateurs-distributeurs allemands de produits d'épicerie fine	2000	33	Allemagne
Le marché allemand de l'alimentation de bétail	2000	60	Allemagne
Le marché de l'emballage en Allemagne	2000	31	Allemagne
Le marché de l'emballage en Hongrie, République Tchèque et Slovaquie	2001	477	Hongrie République Tchèque Slovaquie
Le marché des produits sucrés en Allemagne	2000	49	Allemagne
Les opérateurs allemands de fruits et légumes frais	2001	212	Allemagne
Le marché des produits traiteurs dans six pays d'Europe (Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni)	2001	203	Allemagne Belgique Espagne Italie Pays-Bas Royaume-uni
Opérateurs fromages courtiers importateurs-grossistes acheteurs grande distribution en Allemagne	2001	149	Allemagne
Importateurs fruits et légumes en Espagne	2000	67	Espagne
Produits agro-alimentaires français et débouchés en Afrique du Nord	2000	151	Afrique du Nord
Le marché du chocolat de consommation au Japon	2000	42	Japon
Grands groupes agro-alimentaires au Mexique	2000	205	Mexique
Opportunités commerciales du marché agroalimentaire américain	2001	81	Etats-Unis

Titre	Date	Nombre de pages	Pays
Les principales épiceries fines aux Etats-Unis recherchant des produits français	2001	114	Etats-Unis
Approche du marché allemand des produits agroalimentaires	2001	135	Allemagne
Importateurs belges de vins et spiritueux en Wallonie	2001	125	Belgique
Le marché de vins et spiritueux au Danemark	2001	19	Danemark
Les importateurs vins et spiritueux en Espagne	2001	73	Espagne
Guide de l'exportateur de vins et spiritueux : Espagne	2002		Espagne
Guide de l'exportateur de vins et spiritueux / Italie	2002		Italie
Le marché de vins et spiritueux en Norvège	2001	27	Norvège
Le marché de vins et spiritueux en Suède	2001	26	Suède
Aperçu du marché chinois de la bière et du cidre	2000	33	Chine
Répertoire des importateurs de produits de la mer en Espagne	2000	151	Espagne
Répertoire des sociétés importatrices et distributrices de fromages en Espagne	2000	118	Espagne
Répertoire des sociétés importatrices et distributrices de produits biologiques, diététiques et compléments alimentaires en Espagne	2000	175	Espagne
Commerce extérieur français de produits agro-alimentaires : les produits animaux	2001	178	France
<b>Biens de consommation et santé</b>			
Les financements internationaux dans le secteur de la santé	2001	125	Tous
Répertoire européen de la distribution des produits de l'habitat-décoration	2000	256	Allemagne
Le marché des textiles d'intérieur en Allemagne	2000	108	Allemagne
Liste des donneurs d'ordre belges en confections féminines	2000		Belgique
Dossier linge de Maison	2001		Belgique
Distribution espagnole d'articles d'habillement, distribution spécialisée, principales enseignes	2001	181	Espagne
Le marché de l'électroménager en Italie	2000	68	Italie
Le marché des tissus d'ameublement en Italie	2000	53	Italie
Le marché de l'habillement en République Tchèque	2000	96	République Tchèque
Le marché pharmaceutique en Turquie	2000	233	Turquie
La bijouterie en Afrique du Sud	2000	40	Afrique du Sud
Le marché pharmaceutique au Cameroun	2001	187	Cameroun
Le marché de l'habillement en Arabie Saoudite, aux Emirats Arabes Unis et au Koweït	2001	487	Arabie Saoudite Emirats Arabes Unis Koweït
Les principaux décorateurs d'intérieur aux Emirats Arabes Unis	2001	73	Emirats Arabes Unis
Les principaux importateurs-distributeurs des arts de la table aux Emirats Arabes Unis	2001	58	Emirats Arabes Unis
La lingerie féminine dans les pays du golfe	2000	23	Pays du Golfe
Principaux importateurs-distributeurs de parfums et de cosmétiques au Brésil	2000	81	Brésil
Le prêt-à-porter masculin au Japon	2000	42	Japon
L'industrie de l'habillement au Mexique	2000	35	Mexique
Le marché du meuble en Chine	2000	42	Chine
Les différents marchés régionaux de consommation de mode féminine aux Etats-Unis	2002	142	Etats-Unis
Les biotechnologies au Québec	2000	28	Canada
<b>BTP, environnement, transports</b>			
Conseil en environnement : les besoins de la commission européenne	2000	37	Europe

Titre	Date	Nombre de pages	Pays
Le marché du recyclage au Brésil	2000	143	Brésil
<b>Energie, chimie, industries mécaniques</b>			
Répertoire d'agents et importateurs espagnols de fils et filés pour l'industrie textile	2000	80	Espagne
L'industrie navale en Espagne	2000	36	Espagne
La chaudronnerie industrielle en Espagne	2000	56	Espagne
Le secteur aéroportuaire en Hongrie	2001	54	Hongrie
Le secteur automobile en Pologne	2000	65	Pologne
L'industrie mécanique en Slovaquie	2001	80	Slovaquie
Fabricants et distributeurs de groupes électrogènes en Argentine	2001	15	Argentine
<b>Electronique et NTIC</b>			
Stratégies des fusions et acquisitions 2001 : télécommunications et Internet (opérateurs et équipementiers)	2002	115	Tous
Les sociétés de services informatiques en Belgique	2001	149	Belgique
Le marché marocain de l'informatique	2001	86	Maroc
<b>Services et distribution</b>			
La restauration hors domicile dans l'union européenne	2000		Europe
Les principaux groupes de la distribution allemande	1999	175	Allemagne
Tableaux de bord de la grande distribution alimentaire en Allemagne et en Autriche	2002	87	Allemagne Autriche
Tableaux de bord de la grande distribution alimentaire en France	2002	64	France
Tableau de bord de la grande distribution alimentaire en Italie et en France	2002	76	Italie France
Tableau de bord de la grande distribution alimentaire au Royaume-Uni et en Irlande	2002	69	Royaume-Uni Irlande
La grande distribution alimentaire en Belgique	2001	95	Belgique
Tableaux de bord de la grande distribution alimentaire en Belgique, aux Pays-Bas et au Luxembourg	2002	134	Belgique Pays-Bas Luxembourg
La grande distribution alimentaire au Royaume-Uni	2000	152	Royaume-Uni
Répertoire régional de la grande distribution (Argentine, Brésil, Chili, Paraguay et Uruguay)	2000	312	Argentine Brésil Chili Paraguay Uruguay
Liste des agences de publicité en Belgique	2001		Belgique
Principaux acteurs de la distribution spécialisée en quincaillerie et bricolage en Espagne	2000	76	Espagne
Les enseignes suédoises multiproduits : grande distribution et vente par correspondance	2000	37	Suède
Evolution des habitudes de consommation et des réseaux de distribution en Hongrie, Pologne, République tchèque et Slovaquie	2000		Hongrie Pologne République Tchèque Slovaquie
Les circuits de distribution de gros et de détail de la mode sportive et décontracté à Moscou	2001	108	Russie
La distribution en Tunisie	2000	43	Tunisie
Les circuits d'importation et de distribution des produits alimentaires aux Emirats Arabes Unis	2000	80	Emirats Arabes Unis
Circuits d'importation et de distribution des produits alimentaires et des boissons en Argentine	2001	286	Argentine
Le secteur de l'édition et de la presse écrite au Brésil	2000	118	Brésil

**Annexe XVII**

**Liste des CD-Roms du CRDI**

Titre	Date	Pays	Liens
Actualités réglementaires Le Moci	mensuel	Tous	Le Moci <a href="http://www.lemoci.com/">http://www.lemoci.com/</a>
Europex, le registre officiel des exportations européennes	2003	Europe	<a href="http://www.stn-international.de/stndatabases/databases/europex.html">http://www.stn-international.de/stndatabases/databases/europex.html</a>
Heimtextil	2003	Allemagne	Manifestation commerciale, Textile, Tissu d'ameublement, Linge de maison <a href="http://www.heimtextil.messefrankfurt.com">http://www.heimtextil.messefrankfurt.com</a>
Czech exporters and importers 2003	2003	République Tchèque	Liste d'entreprises <a href="http://www.inform.cz">http://www.inform.cz</a>
Taiwan Trade Yellow Pages 2003	2003	Taiwan	Liste d'entreprises <a href="http://www.yellowpage.com.tw/">http://www.yellowpage.com.tw/</a>
Maison des français de l'étranger	2002	Tous	Mobilité internationale de travailleurs <a href="http://www.expatries.org">http://www.expatries.org</a>
Eurostat Yearbook	2002	Europe	Statistiques <a href="http://europa.eu.int/eur-lex/fr/index.html">http://europa.eu.int/eur-lex/fr/index.html</a>
Wer baut maschinen in Deutschland / Qui construit des machines en Allemagne	2002	Allemagne	Liste d'entreprises, Machine-Outil <a href="http://www.vdma-products.com">http://www.vdma-products.com</a>
Der Deutsche Maschinen und Anlagenbau / German Machinery and Plant Manufacturers Fabricants Allemands de machines et d'usines. Entreprises et secteurs.	2002	Allemagne	<a href="http://www.vdma.org">http://www.vdma.org</a>
Répertoire des implantations françaises en Allemagne	2002	Allemagne	Implantation de l'entreprise, Filiale
Exportateurs belges et luxembourgeois Les entreprises qui exportent. Recherche sur produits et services.	2002	Belgique Luxembourg	Liste d'entreprises <a href="http://www.obcebdbh.be/exp/fr/exp.html">http://www.obcebdbh.be/exp/fr/exp.html</a>
Danish exporters 2003 / Les exportateurs danois 2003	2002	Danemark	Liste d'entreprises <a href="http://www.danishexporters.dk">http://www.danishexporters.dk</a>
Lille Métropole & CCILM	2002	Lille	<a href="http://www.cudl-lille.fr/">http://www.cudl-lille.fr/</a> <a href="http://www.lille.cci.fr/ccilille/">http://www.lille.cci.fr/ccilille/</a>
Holland exports	2002	Pays-Bas	Liste d'entreprises <a href="http://www.hollandexports.com">http://www.hollandexports.com</a>
Cariri	2002	Trinidad et Tobago	<a href="http://www.cariri.com">http://www.cariri.com</a>
Annuaire professionnel de l'Océan Indien	2002	Océan Indien Comores Madagascar Maurice Mayotte Réunion Seychelles	Liste d'entreprises <a href="http://www.interface-oi.com/fra/index.htm">http://www.interface-oi.com/fra/index.htm</a>
CCISO	2002	Tunisie	
Medicaler	2002	Canada	<a href="http://www.medicaler.com">http://www.medicaler.com</a>
La base de données des marchandises du système harmonisé	2002		Droit de douane, Formalité douanière
Transcodex	2002		Formalité douanière, douane <a href="http://www.lamy.fr">http://www.lamy.fr</a>
Bulletin des transports et logistique	2002		
Lamy mobilité internationale	2002		
Lamy procédures douanières	2002		

Titre	Date	Pays	Liens
Bolloré	2002		<a href="http://www.bollore.fr/">http://www.bollore.fr/</a>
Madrid exporters directory	2001/2002	Espagne	Liste d'entreprises
Rendez-vous International	2001	Tous	
Futur Allia Forum international de développement des entreprises 15-16 novembre 2001	2001	Tous	<a href="http://www.futurallia-online.com">http://www.futurallia-online.com</a>
Firmen Info	2001	Allemagne	Liste d'entreprises
Mikrosystemtechnik	2001	Allemagne	<a href="http://www.bmbf.de/618_897.html">http://www.bmbf.de/618_897.html</a>
Ecomed Pollutec Foire de Barcelone, 7-10 février 2001 Catalogue des exposants	2001	Espagne	<a href="http://www.ecomedpollutec.com/">http://www.ecomedpollutec.com/</a>
L'innovation dans les PME/PMI	2001	Nord-Pas de Calais	
Made in Vicenza Catalogue des exportateurs de la Province de Vicenza.	2001	Italie	Liste d'entreprises <a href="http://www.vicenzaqualita.org">http://www.vicenzaqualita.org</a> <a href="http://www.madeinvicenza.it">http://www.madeinvicenza.it</a>
Catalogue des exportateurs marocains	2001	Maroc	Liste d'entreprises <a href="http://www.exportmorocco.com/kitf.htm">http://www.exportmorocco.com/kitf.htm</a>
Astrée, par Coface, Annuaire commercial électronique. La principale base de données marketing sur les entreprises françaises éditée sur CD-ROM.	2001		
Genes diffusion, Présentation du groupe. Historique, chiffres clés, partenaires, implantations à travers le monde...	2001		<a href="http://www.genesdiffusion.com">http://www.genesdiffusion.com</a>
Pages jaunes Allemandes	2000	Allemagne	Liste d'entreprises <a href="http://www.gelbeseiten.de/yp/quick.yip">http://www.gelbeseiten.de/yp/quick.yip</a>
BelgacomBusiness.net	2000	Belgique	Liste d'entreprises <a href="http://www.belgacom.net/index.html?new_lang=fr">http://www.belgacom.net/index.html?new_lang=fr</a>
Castille, Léon : une région pour investir	2000	Espagne	Liste d'entreprises <a href="http://www.jcyl.es/">http://www.jcyl.es/</a>
Entreprendre en Aragon	2000	Espagne	Liste d'entreprises
Matelec	2000	Espagne	<a href="http://www.matelec.ifema.es/ferias/matelec/default.html">http://www.matelec.ifema.es/ferias/matelec/default.html</a>
Nord – Pas de Calais	2000	Nord-Pas de Calais	<a href="http://www.nordpasdecalais.cci.fr">http://www.nordpasdecalais.cci.fr</a>
Des formations originales parmi 400 formations	2000	Nord-Pas de Calais	
Développement des entreprises et territoire. Provincia di Torino. Activités Industrielles et Concertation Territoriale.	2000	Italie	<a href="http://www.provincia.torino.it">http://www.provincia.torino.it</a>
Latvian Chamber of Commerce & Industry Directory	2000	Lettonie	Liste d'entreprises <a href="http://sun.lcc.org.lv/index.php">http://sun.lcc.org.lv/index.php</a>
Kompass Scandinavie	2000	Norvège Finlande Suède Danemark	Liste d'entreprises <a href="http://www.kompass.no">http://www.kompass.no</a>
Kompass Portugal 9800 entreprises portugaises, 50000 produits et services	2000	Portugal	Liste d'entreprises <a href="http://www.kompass.pt">http://www.kompass.pt</a>
Romanian companies index	2000	Roumanie	Liste d'entreprises
Kompass Suisse	2000	Suisse	<a href="http://www.kompass-verlag.ch">http://www.kompass-verlag.ch</a>



Titre	Date	Pays	Liens
Taiwan industry yellow pages	2000	Taiwan	Liste d'entreprises <a href="http://www.yellowpage.com.tw/">http://www.yellowpage.com.tw/</a>
Chile export directory	2000	Chili	Liste d'entreprises
Nomenclatures	2000		
Guide des procédures douanières (disquette)	2000		
Demandes d'autorisation et Lettres – types.			
Kompass Sécurité, hygiène et environnement	1999	France	Liste d'entreprises, Environnement, Sécurité au travail, Hygiène
Tous les professionnels du secteur.			<a href="http://www.kompass.fr/she/index_she.php">http://www.kompass.fr/she/index_she.php</a>
100 bonnes pratiques et idées nouvelles pour les contrats de plans Etat-Régions	1999	France	
Journal officiel des communautés européennes	1998	Europe	<a href="http://europa.eu.int/eur-lex/fr/index.html">http://europa.eu.int/eur-lex/fr/index.html</a>
Binding Tariff Information on CD-Rom / Renseignement Tarifaire Contraignant	1998	Europe	
Industries de la plasturgie de la région Nord-Pas de Calais	1998	Nord-Pas de Calais	
Ashford and Tenterden Kent	1998	Royaume-Uni	<a href="http://www.ashford.gov.uk">http://www.ashford.gov.uk</a>
Atlas mondial		Monde	Encyclopédie <a href="http://www.interex.fr/">http://www.interex.fr/</a>
Grupo Fernandez		Espagne	
CCI Sud-Ouest		France	
Les Chambres de Commerce et d'Industrie au service de l'économie et des entreprises		France	<a href="http://www.acfci.cci.fr">http://www.acfci.cci.fr</a>
Base de données Norcomex		Nord-Pas de Calais	Liste d'entreprises
Telexport		Nord-Pas de Calais	Liste d'entreprises
Bienvenue au cœur des saveurs		Nord-Pas de Calais	Agroalimentaire
L'E CD Nord-Pas de Calais CRCI		Nord-Pas de Calais	
Malaisie, L'Asie authentique		Malaisie	<a href="http://www.tourism.gov.my/">http://www.tourism.gov.my/</a>
Multimedia Super Corridor		Malaisie	<a href="http://www.mdc.com.my/">http://www.mdc.com.my/</a>
Kompass CD-Achats			<a href="http://www.kompass.com">http://www.kompass.com</a>
Revue Lamy Droit des affaires			

**Annexe XVIII**

**Liste des filiales françaises à l'étranger du CRDI**

Titre	Date	Pays	Nombre de pages
<b>Filiales et participations françaises au Portugal</b>	1998	Portugal	173
<b>Filiales françaises en Norvège</b>	1999	Norvège	
<b>Implantations françaises au Ghana</b>	1999	Ghana	14
<b>Les filiales et implantations françaises au Sénégal</b>	1999	Sénégal	100
<b>Liste des filiales françaises aux Etats-Unis / New York</b>	1999	Etats-Unis	180
<b>French-Korean trade and investments directory 1999</b>	1999	Corée	364
<b>Implantations françaises au Danemark</b>	2000	Danemark	28
<b>Répertoire des filiales françaises au Cameroun</b>	2000	Cameroun	41
<b>Filiales françaises en Côte d'Ivoire</b>	2000	Côte d'Ivoire	120
<b>Annuaire des membres du club d'affaires franco-égyptien</b>	2000	Egypte	196
<b>Liste des filiales et participation françaises au Maroc</b>	2000	Maroc	94
<b>Annuaire des partenariats franco-tunisiens et des filiales et participation françaises en Tunisie</b>	2000	Tunisie	66
<b>The Indonesian french chamber of commerce and industry directory 2000</b>	2000	Indonésie	186
<b>Liste des sociétés à participation française implantées en Espagne</b>	2001	Espagne	300
<b>Sociétés grecques à participation française</b>	2001	Grèce	30
<b>Italie : répertoire des implantations françaises</b>	2001	Italie	350
<b>Le registre des investissements français au Royaume-Uni</b>	2001	Royaume-Uni	280
<b>Entreprises françaises implantées en Russie et CEI</b>	2001	Russie CEI	187
<b>Les implantations françaises en Slovaquie</b>	2001	Slovaquie	64
<b>Annuaire des membres de la chambre française de commerce et d'industrie en Algérie</b>	2001	Algérie	273
<b>Liste des sociétés françaises implantées au Liban</b>	2001	Liban	13
<b>Sociétés françaises présentes en Argentine</b>	2001	Argentine	100
<b>Guide répertoire des implantations françaises en Australie</b>	2001	Australie	102
<b>Présence commerciale française au Laos</b>	2001	Laos	8
<b>Présence commerciale et technologique en Thaïlande</b>	2001	Thaïlande	
<b>Les filiales françaises implantées en Autriche</b>	2002	Autriche	116
<b>Guide Répertoire des investissements étrangers et de la présence française en Belgique</b>	2002	Belgique	290
<b>Implantations françaises en Finlande</b>	2002	Finlande	42
<b>La présence française en Hongrie</b>	2002	Hongrie	140
<b>Les sociétés irlandaises à participation française</b>	2002	Irlande	55
<b>Répertoire des établissements et intérêts français aux Pays-Bas</b>	2002	Pays-Bas	92
<b>Filiales et sociétés à participation françaises en Pologne</b>	2002	Pologne	239
<b>Les filiales françaises implantées en République Tchèque</b>	2002	République Tchèque	79
<b>Le registre des investissements français au Royaume-Uni - 2002/2003</b>	2002	Royaume-Uni	
<b>Filiales françaises implantées en Suisse</b>	2002	Suisse	68
<b>Liste des implantations françaises en Afrique du sud</b>	2002	Afrique du Sud	40
<b>Sociétés françaises implantées en Arabie Saoudite</b>	2002	Arabie Saoudite	10
<b>Filiales et bureaux de représentation français à Dubaï et émirats du nord</b>	2002	Dubaï Emirats du nord	5

<b>Titre</b>	<b>Date</b>	<b>Pays</b>	<b>Nombre de pages</b>
<b>Les implantations françaises en Iran</b>	2002	Iran	43
<b>Les filiales françaises à Madagascar en 2001</b>	2002	Madagascar	36
<b>Les filiales des sociétés françaises au Brésil</b>	2002	Brésil	146
<b>Filiales françaises implantées au Canada</b>	2002	Canada	187
<b>Filiales françaises aux Etats-Unis</b>	2002	Etats-Unis	645
<b>Filiales françaises au Mexique</b>	2002	Mexique	16
<b>Annuaire de la chambre de commerce franco-chinoise</b>	2002	Chine	545
<b>La présence française en Corée du sud</b>	2002	Corée du Sud	31
<b>French Business in Hong Kong &amp; Macau</b>	2002	Hong Kong Macau	368
<b>Les implantations françaises en Inde</b>	2002	Inde	92
<b>Liste des filiales françaises implantées en Indonésie</b>	2002	Indonésie	6
<b>Annuaire de la chambre de commerce et d'industrie française du Japon</b>	2002	Japon	543
<b>Entreprises françaises à Taiwan</b>	2002	Taiwan	326
<b>Annuaire des entreprises membres de la Chambre de commerce française en Pologne</b>	2003	Pologne	328
<b>Annuaire des implantations françaises en Turquie</b>	2003	Turquie	99
<b>Les principales entreprises opérant au Burkina Faso</b>	2003	Burkina Faso	17
<b>Liste des filiales françaises implantées au Chili</b>	2003	Chili	19
<b>Filiales françaises implantées au Vietnam</b>	2003	Vietnam	26

**Annexe XIX**

**Liste des ouvrages Maison des Français à l'étranger  
du CRDI**

titre	année	Nb pages	côte
Afrique - Moyen Orient			
Afrique du Sud	2000	88	AFRIQUE DU SUD / NAMIBIE / BOTSWANA / LESOTHO
Algérie	1991		Algérie
Angola	1998	69	Angola / bénin / burkina faso
Arabie Saoudite	1999	79	Arabie saoudite
Bénin	1998	68	Angola / bénin / burkina faso
Burkina Faso	1996		Angola / bénin / burkina faso
Cameroun	2001	82	Cameroun
Congo	2001	66	Congo
Egypte	1999	87	Egypte
Emirats Arabes Unis	2000	84	Emirats arabes unis
Ethiopie	1998	75	Ethiopie / gabon
Gabon	2000	74	Ethiopie / gabon
Ghana	1999	76	Ghana
Guinée	1997		Guinée / kenya / lybie
Iran	2000	69	Iran / irak
Israël et territoires palestiniens	2000	76	Israël / jordanie
Jordanie	1998	78	Israël / jordanie
Kenya	1998	79	Guinée / kenya / lybie
Koweït	1998	70	Koweït / liban
Liban	1998	88	Koweït / liban
Madagascar	2001	86	Madagascar / mali
Mali	1999	65	Madagascar / mali
Maroc	2002	107	Maroc
Maurice	2000	82	MAURICE / MAURITANIE / MADAGASCAR
Mauritanie	1999	65	MAURICE / MAURITANIE / MADAGASCAR
Oman	1998	75	Oman / pakistan
Pakistan	2000	75	Oman / pakistan
Qatar	2000	72	Qatar / syrie
République des Seychelles	1998	63	NIGER / RWANDA / LIBERIA / TCHAD / ZIMBABWE
Sénégal	2000	84	Sénégal
Syrie	1998	82	Qatar / syrie
Tchad	1998	76	NIGER / RWANDA / LIBERIA / TCHAD / ZIMBABWE
Togo	1998	68	Togo
Tunisie	2000	83	Tunisie
Yemen	1997		Yemen
Zimbabwe	1998	70	NIGER / RWANDA / LIBERIA / TCHAD / ZIMBABWE
Amérique			
Argentine	2001	94	Argentine
Bolivie	1998	70	Bolivie
Brésil	2002	97	Brésil
Canada	2001	91	Canada
Chili	2000	81	Chili / colombie
Colombie	1997		Chili / colombie
Costa Rica	1999	76	CUBA / COSTA RICA / SALVADOR

titre	année	Nb pages	côte
CUBA	1998	60	CUBA / COSTA RICA / SALVADOR
Equateur	1998	63	EQUATEUR / GUATEMALA / HAITI / JAMAÏQUE
Etats-Unis	1999	171	Etats-Unis
Guatemala	2000	85	EQUATEUR / GUATEMALA / HAITI / JAMAÏQUE
Haïti	1999	83	EQUATEUR / GUATEMALA / HAITI / JAMAÏQUE
Mexique	1998	91	Mexique
Nicaragua	1998	75	PANAMA / NICARAGUA / PARAGUAY
Panama	2000	73	PANAMA / NICARAGUA / PARAGUAY
Paraguay	1996		PANAMA / NICARAGUA / PARAGUAY
Pérou	1998	79	Pérou / république dominicaine
République dominicaine	2001	74	Pérou / république dominicaine
Salvador	2001	73	CUBA / COSTA RICA / SALVADOR
Uruguay	1998	70	Uruguay / vénézuéla
Vénézuéla	2001	78	Uruguay / vénézuéla
Asie Pacifique			
Australie	2001	123	Australie
Bangladesh	1997	50	BANGLADESH / BIRMANIE / CAMBODGE
Birmanie	2000	75	BANGLADESH / BIRMANIE / CAMBODGE
Cambodge	2001	70	BANGLADESH / BIRMANIE / CAMBODGE
Chine	1999	76	Chine
Corée du Sud	1998	77	Corée du sud
Hong Kong	1999	65	Hong kong
Inde	2000	110	Inde
Indonesie	2000	73	Indonésie
Japon	2002	107	Japon
Laos	1998	69	Laos
Malaisie	1998	75	Malaisie
Nouvelle Zélande	2002	89	Nouvelle zélande
Philippines	2000	57	Philippines
Singapour	1999	76	Singapour
Thaïlande	2000	75	Thaïlande
Vanuatu	1999	76	Dom tom
Vietnam	2002	85	Vietnam
Europe de l'Ouest			
Autriche	1998	71	Autriche
Belgique	2000	107	Belgique
Danemark	1999	79	Danemark
Espagne	2002	99	Espagne
Finlande	2001	70	Finlande
Grèce	2001	86	Grèce
Irlande	2001	81	Irlande
Italie	2000	86	Italie
Norvège	2000	77	Norvège
Pays-Bas	2001	79	Pays-bas
Portugal	2002	90	Portugal
Royaume-Uni	1999	108	Royaume - uni
Suède	2000	73	Suède
Suisse	2000	91	Suisse
Europe de l'Est			
Azerbaïdjan	2000	69	Albanie / Azerbaïdjan / Bosnie Herzégovine
Bahrein	1999	67	Bahrein / chypre
Bulgarie	2000	68	Bulgarie
Estonie	1999	67	Estonie

titre	année	Nb pages	côte
Hongrie	2001	82	Hongrie
Lettonie	2000	70	Lettonie / Lituanie / Macédoine / Ouzbekistan
Lituanie	2000	72	Lettonie / Lituanie / Macédoine / Ouzbekistan
Ouzbekistan	2000	70	Lettonie / Lituanie / Macédoine / Ouzbekistan
Pologne	1999	81	Pologne
République Slovaque	1998	72	Slovaquie
République tchèque	1998	70	République tchèque
Roumanie	2002	70	Roumanie
Russie	1999	71	Russie
Slovénie	2000	44	Slovénie
Turquie	1999	76	Turquie



**Annexe XX**

**Liste des ouvrages du CRDI**

Titre	date	COTE	auteur	Nb page
Les différences cachées : une étude sur la communication interculturelle entre Français et Allemands	1984	ALLEMAGNE	HALL, Edward T. ; REED HALL, Mildred Stern	120
The economist business traveller's guides : Japon	1985	JAPON	The Economist Publications	256
Bonjour en japonais	1987	JAPON	Editions Marcus	92
La gestion de l'entreprise et les échanges compensés	1988	COMMERCE INTERNATIONAL	ERRERA, Jean-Michel Economica	84
Guide pratique de la compensation	1991	COMMERCE INTERNATIONAL	Dunod	187
Comprendre la Thaïlande	1993	ASIE	PLANQUAIS Franck CFCE	132
Comprendre Taiwan	1993	TAIWAN	PLANQUAIS Franck CFCE	138
Réussir en Asie	1994	ASIE	Les presses du management	177
Présence française en Asie du Pacifique	1995	ASIE	CCIP	435
Présence française en Asie du Pacifique	1995	ASIE	CCIP	357
Négocier et rédiger un contrat international	1995	COMMERCE INTERNATIONAL	BLANCO, Dominique Dunod	232
Le guide des sociétés de conseil	1995	FORMATION/ EMPLOI	Dunod	500
Comprendre l'Indonésie	1995	INDONESIE	PLANQUAIS Franck CFCE	111
Atlas de la Russie	1995	RUSSIE	Documentation française (La)	208
L'administration des ventes	1996	COMMERCE INTERNATIONAL	MONOD, Didier-Pierre Editions ESKA	235
Vie apprenante : dynamique de la mobilité et clé de l'employabilité	1997	FORMATION/ EMPLOI	Lab'Ho	81
L'internet et l'exportateur	1997	INTERNET	RECHENMANN, Jean-Jacques Editions d'organisation	154
Le land de Hambourg	1998	ALLEMAGNE	PEE de Hambourg	28
Le land de Rhénanie du nord-Westphalie	1998	ALLEMAGNE	PEE de Cologne	20
Le land de Brême	1998	ALLEMAGNE	PEE de Hambourg	15
Petit lexique pratique du Brésil	1998	BRESIL	PEE Rio de Janeiro	14
Guide pratique pour la mobilité des travailleurs français dans l'Union européenne	1998	FORMATION/ EMPLOI	CCEF	29
Le guide des formations internationales en France et à l'étranger	1998	FORMATION/ EMPLOI	GO Editions	296
Le guide de l'emploi sur Internet	1998	INTERNET	DHOQUOIS, Anne L'Etudiant	189
Bien référencer son site Internet	1998	INTERNET	HERELLIER, Jean-Marc ; WOLOSKIN, Claudia Simon & Schuster Macmillan	226
Guide de l'investisseur	1998	REPUBLIQUE TCHEQUE	DKM Salustro Reydel	196

Titre	date	COTE	auteur	Nb page
Dossier de base : Suède	1998	SUÈDE	PEE de Stockholm	13
L'évolution du droit des sociétés en Algérie	1999	ALGERIE	Mémento fiscal	15
Mémento Algérie	1999	ALGÉRIE	Ernst & Young	107
Comment aborder le marché allemand	1999	ALLEMAGNE	PEE de Cologne	60
Economic Indicators	1999	AMERIQUE LATINE	United Nations	
Investing in Asean	1999	ASIE	Asean Secretariat	220
Dossier de base : Autriche	1999	AUTRICHE	Ambassade de France en Autriche	42
Bulletin d'information économiques et commerciales	1999	CHILI / COLOMBIE	PEE Santiago du Chili	40
Management des opérations de commerce international	1999	COMMERCE INTERNATIONAL	LEGRAND, G. ; MARTINI, H. Dunod	423
Dossier de base : Espagne	1999	ESPAGNE	PEE de Madrid	46
Pour une amélioration de la mobilité internationale du travail : encourager les flux d'expatriation et d'impatriation	1999	FORMATION/ EMPLOI	HERVIER, Elisabeth CCIP	57
Un visa pour l'emploi en Allemagne	1999	FORMATION/ EMPLOI	PEE de Düsseldorf	
Lamy / Mobilité internationale	1999	FORMATION/ EMPLOI	Lamy	
L'internet et le marketing	1999	INTERNET	RECHENMANN, Jean-Jacques Editions d'organisation	196
Créer du trafic sur son site web	1999	INTERNET	ANDRIEU, Olivier Eyrolles	463
Singapore 2000	2000	ASIE	Ministry of Information and the Arts	376
Singapore facts and pictures	2000	ASIE	Ministry of Information and the Arts	304
Guide des affaires franco-canadiennes (2000-2001)	2000	CANADA	Chambre de commerce France Canada	336
Le commerce mondial et bilatéral pays par pays en 1999 / Asie, Océanie et Amériques	2000	COMMERCE INTERNATIONAL	CFCE	
Le commerce mondial et bilatéral pays par pays en 1999	2000	COMMERCE INTERNATIONAL	CFCE	
Le commerce extérieur des régions françaises en 1999	2000	COMMERCE INTERNATIONAL	CFCE	337
Le commerce mondial et bilatéral pays par pays en 1999 / Afrique, Proche et Moyen Orient	2000	COMMERCE INTERNATIONAL	CFCE	
ATLASECO / Atlas économique mondial	2000	COMMERCE INTERNATIONAL	Nouvel Observateur (Le)	224
Dossier de base : Congo Brazaville	2000	CONGO	Ambassade de France en République du Congo	35
Impact of the Enlargement of the European Union on Small and Medium-sized Enterprises in the Union L'impact de l'élargissement de l'Union européenne sur les PME dans l'Union	2000	EUROPE	RWI	215
Guide de l'investisseur au Maroc	2000	MAROC	PricewaterhouseCoopers	73

Titre	date	COTE	auteur	Nb page
Obstacles to internal market in rail mass transit	2000	EUROPE	The European Commission	115
Chemical industry sector in the Candidate Countries Le secteur de l'industrie chimique dans les pays Candidats	2000	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	250
Forest-based industry in Candidate Countries L'industrie du bois dans les pays Candidats	2000	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	315
Recrutement et conditions de travail aux Etats-Unis	2000	FORMATION/ EMPLOI	PEE de New York	122
Dossier de base : Malaisie	2000	MALAISIE	CYWINSKI Michel ; LECLERC Rodrigue ; CHARPIN Laurent PEE de Kuala Lumpur	25
République tchèque	2000	REPUBLIQUE TCHEQUE	Chambre de commerce et d'industrie de Douai	32
Guide des grandes enseignes européennes	2001		European Retail Information Center	307
La victoire de la Chine	2001	CHINE	MANDELBAUM Jean ; HABER Daniel Descartes & Cie	134
Commerce des services : manuel de réponse destiné aux petites et moyennes entreprises exportatrices	2001	COMMERCE INTERNATIONAL	Centre du Commerce International	139
General report on Turkey Rapport général sur la Turquie	2001	EUROPE	PricewaterhouseCoopers	58
General report on Malta Rapport général sur Malte	2001	EUROPE	PricewaterhouseCoopers	45
General report on Cyprus Rapport général sur Chypre	2001	EUROPE	PricewaterhouseCoopers	52
Leather and footwear sectors in the Candidate Countries Le secteur du cuir et de la chaussure dans les pays Candidats	2001	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	258
The shipbuilding and ship repair sector in the Candidate Countries Le secteur de la construction navale et de la réparation navale dans les pays Candidats	2001	EUROPE	NOBE	104
Competitiveness of industry in CEE Candidate Countries La compétitivité de l'industrie dans les pays Candidats	2001	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	186
Elargissement de l'Union européenne	2001	EUROPE / UNION EUROPEENNE	Secrétariat d'Etat au Commerce Extérieur	
Guide de l'emploi et de l'immigration en Australie / Répertoire des contacts utiles	2001	FORMATION/ EMPLOI	PEE de Sydney	172
Le conseil en recrutement en Italie	2001	FORMATION/ EMPLOI	PEE de Milan	54
La formation professionnelle au Maroc	2001	FORMATION/ EMPLOI	PEE de Casablanca	66

Titre	date	COTE	auteur	Nb page
Le Maroc en chiffres - 2000	2001	MAROC	Banque Marocaine du Commerce Extérieur	152
Guide d'implantation en Thaïlande	2001	THAÏLANDE	PARAYRE Daniel PEE de Bangkok	114
Vénézuela : dossier pays	2001	URUGUAY / VENEZUELA	PEE de Caracas	41
La grande distribution européenne	2002		Colla, Enrico Vuibert	275
Importer	2002		Editions d'organisation	293
L'entreprise verte	2002		Village Mondial	320
Le petit livre des statistiques mondiales	2002		Editions ESKA	237
Perspectives économiques en Afrique	2002	AFRIQUE	OCDE	373
Made in Belgium	2002	BELGIQUE	Made in Belgium	312
Québec-France : Portrait d'une relation en mouvement	2002	CANADA	Gouvernement du Québec , Ministère des relations internationales	109
Gestion de la qualité à l'exportation : manuel de réponses destiné aux petites et moyennes entreprises	2002	COMMERCE INTERNATIONAL	Centre du Commerce International	258
Marché de l'emploi, salaires et droit du travail au Royaume-Uni	2002	COMMERCE INTERNATIONAL	PEE de Londres	85
Vous et nous	2002	DANEMARK	Ministère des Affaires étrangères de Danemark	164
Rapport d'activité 2001 / Activité générale	2002	DOM TOM	CCI de la Réunion	38
Les PME en Europe, avec un premier regard sur les pays candidats	2002	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	60
Les politiques structurelles et les territoires de l'Europe	2002	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	50
Annuaire Eurostat 2002	2002	EUROPE	Office des publications officielles des Communautés européennes	455
L'expatriation	2002	FORMATION/ EMPLOI	CERDIN, Jean-Luc Editions d'organisation	320
Ghana-France : Echanges et investissements, les opportunités d'affaires	2002	GHANA	Chambre franco-ghanéenne de commerce et d'industrie	25
Belgique / Juridique, fiscal, social, comptable	2002	JURIDIQUE	Editions Francis Lefebvre	518
Maroc / Juridique et fiscal	2002	JURIDIQUE	Editions Francis Lefebvre	326
Memento Communauté Européenne 2002/2003	2002	LEGIS	Editions Francis Lefebvre	
Code pratique fiscal 2002	2002	LEGIS	Editions Francis Lefebvre	
Memento social 2002	2002	LEGIS	Editions Francis Lefebvre	
Memento fiscal 2002	2002	LEGIS	Editions Francis Lefebvre	
Etudes économiques de l'OCDE : Mexique	2002	MEXIQUE	OCDE	181
Le Nord en mouvement	2002	NORD - PAS DE CALAIS	Deloitte & Touche	95

Titre	date	COTE	auteur	Nb page
Le guide des décideurs 2002	2002	NORD - PAS DE CALAIS	Autrement dit	200
Le marché des capitaux en République tchèque	2002	REPUBLIQUE TCHEQUE	DKM Salustro Reydel	7
La république tchèque et l'Union européenne	2002	REPUBLIQUE TCHEQUE	DKM Salustro Reydel	10
Tableau de bord de l'activité du Nord-Pas de Calais (1er semestre 2002)	2002	NORD - PAS DE CALAIS	Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie Nord-Pas de Calais	52
Etudes économiques de l'OCDE : Suisse	2002	SUISSE	OCDE	164
Guidebook for European Investors in Vietnam	2002	VIETNAM	Office des publications officielles des Communautés européennes	117
Vos emballages : vous en êtes responsable	2003	BELGIQUE	Commission interrégionale de l'Emballage	23
L'Union européenne élargie	2003	EUROPE	Documentation française (La)	190
Baromètre de la compétitivité fiscale en 2003	2003	JURIDIQUE	Ernst & Young	71
Tableaux économiques régionaux	2003	NORD - PAS DE CALAIS	INSEE Nord-Pas de Calais	284
Rapport d'information sur l'implantation des entreprises françaises en Russie	2003	RUSSIE	Assemblée nationale	75

Total de 109 ouvrages

## **Annexe XXI**

### **Présentation des secteurs d'activité**



*Agriculture, agroalimentaire,  
emballage*

- .Agriculture (transversal), politique agricole
- .Productions végétales, céréales, semences
- .Fruits et légumes (frais et conserves)
- .Élevage, viande, produits carnés, œufs, produits laitiers
- .Alimentation animale, médecine vétérinaire
- .Machines agricoles
- .Engrais, produits phytosanitaires
- .Agro-alimentaire (transversal)
- .Produits de la pêche et de l'aquaculture
- .Vins et spiritueux, autres boissons alcoolisées
- .Boissons non-alcoolisées
- .Produits sucrés, boulangerie/pâtisserie, biscuits
- .Épicerie, ingrédients, surgelés
- .Produits bio et diététique
- .Matériel pour les industries agro-alimentaires
- .Emballage
- .Papier, carton, imprimerie, papeterie
- .Filière bois



*Biens de consommation  
et santé*

- .Ameublement, décoration, luminaire
- .Arts de la table, cadeaux
- .Tissus d'ameublement, linge de maison
- .Électroménager, bricolage, jardinage
- .Sports et loisirs, jeux et jouets, culture
- .Généralités mode et accessoires
- .Bijouterie, joaillerie, horlogerie
- .Cuir, maroquinerie, chaussure
- .Accessoires de mode
- .Lunetterie
- .Textile
- .Habillement
- .Lingerie
- .Mode enfant, puériculture
- .Parfums, cosmétiques, soins et beauté
- .Services de santé
- .Matériel médico-hospitalier
- .Pharmacie
- .Biotechnologies
- .OGM



- .Bâtiment, architecture
- .Travaux publics, infrastructures
- .Machines BTP
- .Matériaux de construction
- .Mines et carrières
- .Second-oeuvre du bâtiment (y compris

électricité BT)

- .Environnement (transversal)
- .Traitement des déchets, eau potable et eaux usées
- .Pollution de l'air
- .Mesure et contrôle, autres.
- .Exploitation d'ouvrages ou de services concédés
- .Immobilier
- .Ingénierie
- .Transport aérien, fluvial et maritime
- .Transports terrestres (route & rail), transports urbains
- .Logistique, autres



*Énergie, chimie,  
industries mécaniques*

- .Énergie (transversal)
- .Électricité : production, transport et distribution
- .Équipements électriques (HT et MT)
- .Nucléaire
- .Pétrole, gaz
- .Énergies renouvelables
- .Chimie, pétrochimie, parachimie, peintures
- .Plastique, caoutchouc, plasturgie
- .Industrie du verre (plat, creux)
- .Construction aéronautique & spatiale
- .Automobile et équipements, motos, cycles
- .Construction ferroviaire
- .Construction navale, équipements portuaires
- .Stockage, manutention, levage
- .Machines textiles
- .Industries mécaniques (autres)
- .Défense
- .Sidérurgie, métallurgie



*Electronique  
et NTIC*

- .Technologies de l'information (transversal)
- .Industrie électronique, composants électroniques
- .Automatismes, process, mesure, contrôle, régulation
- .Électronique grand public
- .Matériel informatique et bureautique
- .Télécommunications
- .Internet, commerce électronique, monétique
- .Audiovisuel, multimédia, image, photo
- .Industrie du logiciel
- .Services et ingénierie informatique





- .Services de distribution de détail, franchise, VPC, etc.
- .Services de distribution de gros et intermédiaires
- .Équipements pour la distribution
- .Services (transversal)
- .Banque et finance, marchés financiers
- .Assurance
- .Tourisme, hôtellerie, restauration

- .Média & communication
- .Publicité, marketing, relation clients, sponsoring
- .Juridique et fiscal, audit, conseil aux entreprises
- .Exploitation d'ouvrages ou de services concédés
- .Immobilier
- .Ingénierie
- .Éducation
- .Services, autres (recherche, services postaux, etc.)

**Annexe XXII**

**Tableau de bord**

**Tableau de bord****Semaine n° 10**

appels téléphoniques au Centre de Documentation  
visites au Centre de Documentation  
mails de demandes d'information reçus  
contacts d'étudiants au Centre de Documentation  
contacts d'entreprises au Centre de Documentation  
contacts de particuliers au Centre de Documentation  
employés de Norcomex ayant effectués une recherche

Nom de l'entreprise / contact				
Activité				
Intitulé de recherche				
Secteur d'activité de recherche				
Pays de recherche				
Nombre de documents trouvés				
Durée de la recherche				

études vendues  
fiches Kompass vendues  
ouvrages vendus  
ouvrages reçus ou imprimés  
périodiques reçus

**Annexe XXIII**

**Guide d'entretien avec les employés de Norcomex**

## **Norcomex**

### **Entretien avec**

Fonction :

Date d'entretien :

### **Activités**

1. Quelles sont vos activités au sein de Norcomex ?
2. Depuis quand faites-vous partie de l'équipe ?
3. Vos fonctions ont-elles évolué ou changé depuis votre arrivée ?

### **Recherche d'information**

4. Dans le cadre de vos tâches, avez-vous besoin d'utiliser des informations sur le commerce international ?
5. Quels sont les domaines d'activité concernés par vos recherches d'information ?
6. Sous quelles formes recevez-vous les informations ?
7. Pensez-vous que la part d'information dont vous avez besoin est plutôt importante ?
8. Y a-t-il certaines informations que vous ne parvenez pas à obtenir ?
9. Si oui, pour quelles raisons à votre avis ?
10. Combien de temps passez-vous à rechercher l'information ?
11. Quelle est votre démarche pour accéder à l'information ?
12. Pour vous, l'information est-elle facile à trouver ?
13. Quelle est la part d'information interne que vous utilisez ?
14. Quelle est la part d'information externe que vous utilisez ?
15. Partagez-vous vos informations avec les autres membres de l'équipe de Norcomex ?
16. Avez-vous besoin de contacter des personnes extérieures à Norcomex pour trouver l'information ? Par téléphone ?

### **Internet et Intranet**

17. A quelle fréquence utilisez-vous Internet pour effectuer des recherches ?
18. Quelles sont les recherches que vous faites sur Internet ?
19. Y a-t-il des recherches pour lesquelles Internet vous suffit ?
20. Sur quels sites trouvez-vous l'information ?
21. Quels moteurs de recherche utilisez-vous ?
22. Estimez-vous qu'Internet est un moyen rapide pour trouver l'information ?
23. Jugez-vous l'information trouvée sur Internet fiable et de qualité ?
24. Utilisez-vous l'Intranet ? Pourquoi ?

### **Le centre de documentation**

25. Savez-vous quels types de documents sont possédés au centre de documentation ?
26. Avez-vous déjà effectué ou demandé une recherche d'information au centre de documentation ?
27. Si non, pourquoi ?
28. Si oui, avez-vous été satisfait du résultat de cette recherche ?
29. Quelles informations du CRDI utilisez-vous ?
30. Avez-vous à chaque fois besoin de l'aide de Karine ?
31. Avez-vous le sentiment qu'il y a des « manques » au sein du centre de documentation ?
32. Quelles informations souhaiteriez-vous pouvoir y trouver ?

### **Alexandrie**

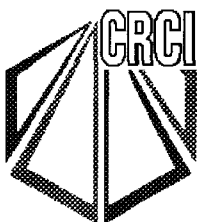
33. Avez-vous déjà utilisé Alexandrie ?
34. Si non, pourquoi ?
35. Quels sont vos critères de recherche ? Sur le titre, l'auteur, la date ?
36. Quel type de recherche y avez-vous effectué ?
37. Qu'avez-vous pensé des résultats de votre recherche ?

38. Vous en servez-vous régulièrement lors de votre recherche d'information ?  
Pourquoi ?
39. Avez-vous déjà utilisé la recherche en modes « avancé » ou « expert » ?
40. Que pensez-vous des fichiers attachés ?
41. Souhaiteriez-vous en trouver davantage ?
42. Trouvez-vous Alexandrie facile à utiliser ?
43. Avez-vous ensuite trouvé physiquement par vous-même les documents qui vous intéressaient ?
44. Qu'est-ce qui pourrait vous amener à utiliser Alexandrie plus souvent ?

**Annexe XXIV**

**Questionnaire de satisfaction et grille de récupération des données sous Excel**





CHAMBRE REGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE NORD – PAS DE CALAIS  
Direction des Relations Internationales

## Enquête de satisfaction

Date : \_\_/\_\_/\_\_

① Est-ce votre première visite au Centre de Documentation ?  Oui  Non

② Comment avez-vous connu le Centre de Documentation ?

---

③ Pour votre recherche d'information actuelle, avez-vous visité d'autres centres de documentation ou bibliothèques avant de venir ici ?  Oui  Non

④ Si oui, lequel(le)s ?

---

⑤ Avez-vous effectué une recherche sur Internet avant de venir ici ?  Oui  Non

⑥ Vous cherchez des informations sur :  un pays  un secteur d'activité  des formalités  
 des adresses  autres (Précisez : \_\_\_\_\_)

⑦ Avez-vous trouvé ici ce que vous cherchiez (même en partie) ?  Oui  Non

⑧ Avez-vous consulté :  les dossiers pays  les revues  
 les études  les répertoires d'adresses  les adresses des filiales  
 le CD-Rom Kompass  la base Alexandrie

⑨ Etes-vous satisfait des résultats de votre recherche ?  Oui  Non

⑩ Avez-vous effectué des photocopies de ce qui vous intéressait ?  Oui  Non

⑪ Allez-vous recommander le Centre de Documentation à vos connaissances ?  Oui  Non

⑫ Etes-vous satisfait des horaires d'ouverture du Centre de Documentation ?  Oui  Non

⑬ Y a-t-il des informations que vous n'avez pas trouvées ?  Oui  Non

⑭ Si oui, quels types d'informations ne sont pas au Centre de Documentation ?

---

⑮ Pensez-vous revenir au Centre de Documentation ?  ce mois-ci  ce trimestre  
 cette année  vous ne savez pas quand vous allez revenir  
 vous n'avez pas besoin de revenir

⑯ Etes-vous :  un étudiant  une entreprise  en recherche d'emploi ou de stage  
 en création d'entreprise  autres (Précisez : \_\_\_\_\_)

⑰ Votre âge :  entre 16 et 25 ans  entre 26 et 35 ans  entre 36 et 45 ans  
 entre 46 et 55 ans  56 ans et plus

Vos commentaires : \_\_\_\_\_

---

---



**Résultats :**

Nombre 1ères visites :	3
% 1ères visites :	100

Nbre de pers. ayant visité d'autres centres :	1
% autres centres :	33,3333

Nbre de pers. ayant utilisé Internet :	1
% internet :	33,3333

Nbre de pers. ayant trouvé de l'information :	3
% trouvé :	100

Nbre de pers. satisfaites :	3
% satisfaits :	100

Total d'enquêtes : 3

Nbre de photocopies :	2
% photocopies :	66,66666667

Nbre de pers. recommandant le CRDI :	3
% recommandations :	100

Nbre de pers. satisfaites des horaires :	3
% satisfaits des horaires :	100

Nbre de pers. n'ayant pas trouvé d'info. :	1
% pas trouvé :	33,33333333



## Résultats :

### Documents :

Utilisation des dossiers pays :	1	fois
Utilisation des revues :	0	fois
Utilisation des études de marché :	1	fois
Utilisation des répertoires d'adresses :	1	fois
Utilisation des adresses filiales :	0	fois
Utilisation des CD-Rom Kompass :	0	fois
Utilisation de la base Alexandrie :	1	fois

Total visites 3

### Retour :

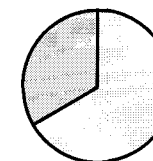
ce mois-ci	1
ce trimestre	1
cette année	0
ne sais pas	1
ne reviens pas	0

### Vous êtes :

étudiant	0
entreprise	0
recherche d'emploi	2
création de société	1
autre	0

% étudiant	0,00%
% entreprise	0,00%
% recherche d'emploi	66,67%
% création société	33,33%
% autre	0,00%

Catégorie des visiteurs



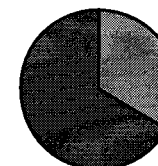
■ étudiant      ■ entreprise  
□ recherche d'emploi   □ création de société  
■ autre

### Age :

16-25 ans	1
26-35 ans	2
36-45 ans	0
46-55 ans	0
plus de 56 ans	0

% 16-25	33,33%
% 26-35	66,67%
% 36-45	0,00%
% 46-55	0,00%
% + de 56	0,00%

Age des visiteurs



■ 16-25 ans  
■ 26-35 ans  
□ 36-45 ans  
□ 46-55 ans  
■ plus de 56 ans

## **Annexe XXV**

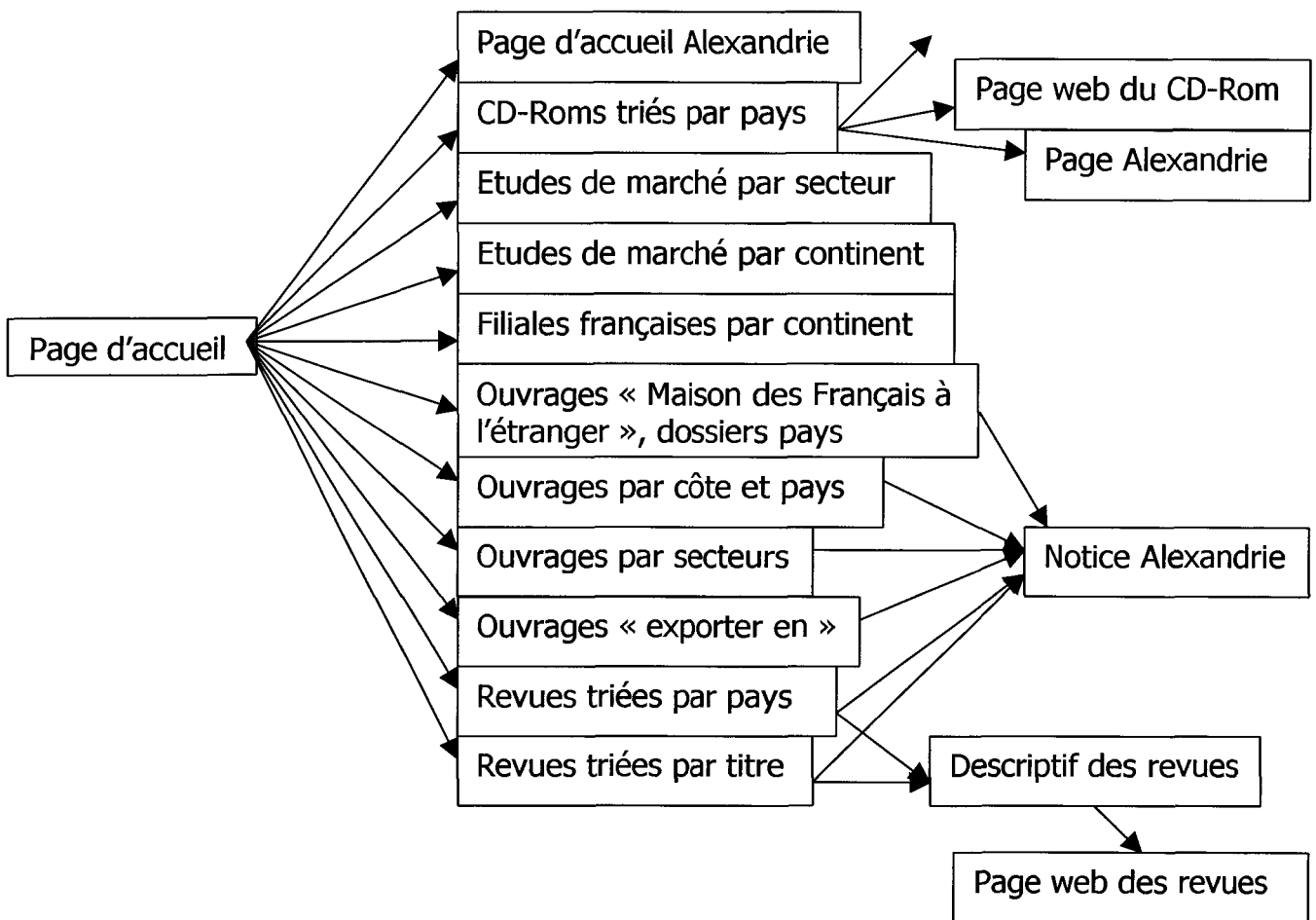
### **Présentation de l'interface pour les visiteurs du CRDI**

## Interface pour les visiteurs du CRDI

Pour les CD-Roms Kompass, les icônes et les titres sont des liens vers l'ouverture du CD-Rom, une fois que celui-ci a été installé.

Pour la base de données Alexandrie, l'icône et le titre renvoient à la page d'accueil du site intranet de la base de données.

Les autres icônes et titres sont des liens vers des pages de format word qui contiennent les listes des informations données.





# Schéma de l'interface des visiteurs

## Page d'accueil

TITRE (lien vers Alexandrie)	ANNEE	NB P
Afrique du Sud	2000	E
Algérie	1991	E
Angola	1998	E

Liens vers les différents CD-Rom Kompas

Titre	Date	Pays
Atlas mondial		Monde
Maison des Français de l'étranger	2002	Tous
Actualités réglementaires Le Moci	mensuel	Tous
Rendez-vous International	2001	Tous
Futur Allia	2001	Tous
Forum international de développement des entreprises 15-16 novembre 2001		
<b>EUROPE</b>		
Journal officiel des communautés européennes	1998	Europe

**THE SAURUS MATIERE**: RESSOURCES HUMAINES; GESTION DES RESSOURCES HUMAINES; CARRIERE PROFESSIONNELLE; MOBILITE PROFESSIONNELLE; MOBILITE INTERNATIONALE DE TRAVAILLEURS

Titre	Région
Afrique et Moyen-Orient	
Liste des implantations françaises en Afrique du sud	Af
Annuaire des membres de la chambre française de commerce et d'industrie en Algérie	Af
Sociétés françaises implantées en Arabie Saoudite	Af
Les principales entreprises opérant au Burkina Faso	R

**NOR MEX** Liste des études de marché et répertoire

Titre	Pays
Bureaux d'achats correspondants de grands magasins étrangers et principaux commissionnaires exportateurs	Tous
Les financements internationaux dans le secteur de la santé	Tous
La distribution mondiale en 2001	Tous

**NOR MEX** Liste des études de marché

Cliquez sur le lien pour accéder à l'activité

**Economie**  
 Agriculture, agroalimentaire, emballage  
 Biens de consommation et santé  
 BTP, environnement, transports  
 Énergie, chimie, industries mécaniques  
 Électronique et ITIC  
 Services et distribution

Titre	Pays
S'implanter en Allemagne : itinéraire balisé	Allemagne
Guide pratique de l'implantation en Belgique	Belgique
L'implantation au Royaume-Uni	Royaume-Uni

**NOR MEX** CRDI juillet 2003

Mettez le CD-Rom puis cliquez sur le lien

**K** Kompas Europe de l'Ouest | Kompas Asie Pacifique | Kompas Moyen-Orient Afrique | Kompas Europe de l'Est

Retrouvez en ligne les articles sur l'international et les notices des documents du CRDI

**BASE DE DONNÉES HUBERDORF**

Dans quels pays les entreprises françaises ont-elles implanté ?

Les Filiales Françaises à l'étranger par continent

Les ouvrages d'information pays

La librairie

Les Ouvrages

**NOR MEX** Librairie

Liste des ouvrages « Exporter en », collection « L'essentiel »

Classement par continent  
 Europe | Afrique - Moyen Orient | Asie Pacifique

Lorsque c'est possible (👉), cliquez sur le titre pour

titre	année
👉 Exporter en Allemagne	2002
👉 Exporter en Bulgarie	2001
👉 Exporter en Croatie	2001

Accueil

Presse du 25/07/2003 → Référence

Presse du 28/07/2003 → Type de do

Ouvrage - (disponible)

**Exporter en Allemagne**

IMBERT Patrick  
 CECE 2002, Vol. 1, 220 p.  
 La France est pour l'Allemagne, et l'Allemagne pour la France, la prem  
 aujourd'hui 1400 implantations françaises dans ce pays qui ont trou  
 L'expérience montre que ce marché d'acheteurs, très concurrentiel, r

**NOR MEX** Ouvrages

Quand c'est possible (👉), cliquez sur le titre pour obtenir un descriptif de l'

Titre	date
Par côté	
👉 La grande distribution européenne	2002
👉 Importer	2002
👉 L'entreprise verte	2002
👉 Le petit livre des statistiques mondiales	2002

**NOR MEX** Classement alphabétique des périodiques par continent

Cliquez sur le titre pour avoir un descriptif de la revue

Titre du périodique	Pays concernés	En cours	Articles
Accomex	Tous	→ 12/02	Alexon
Assexport	Tous	Oui	
Publ. Mex	Tous	→ 05/03	

**NOR MEX** Ouvrages

Secteurs:  
 Economie - Statistiques | Importation - Exportation | Implantati  
 Agriculture, Agroalimentaire, Emballage | Biens de consommati  
 Énergie, Chimie, Industries mécaniques | Électronique et ITIC

Quand c'est possible (👉), cliquez sur le titre pour obtenir un descriptif de l'

Titre	date
👉 La petit livre des statistiques mondiales	2002
👉 Guide des grandes entreprises européennes	2001
Le commerce mondial et bilatéral pays par pays en 1999 / Asie, Océanie et Amérique	2000

**NOR MEX** Classement alphabétique des revues par titre

Cliquez sur le titre pour obtenir un descriptif de la revue

Titre du périodique	Pays concernés	En cours	Periodicité	Articles
7 Jours Europe	Europe	Oui	hebdo	👉
Accomex	Tous	→ 12/02	bimestriel	👉
Action Canada-France	Canada	Oui	trimestriel	👉

**Accomex**  
 (Chambre de Commerce & d'industrie de Paris)  
 Réflexion et stratégie, actualités du commerce extér  
 Revue bimestrielle qui traite de l'actualité du comm  
 Rassemblant les contributions d'experts extérieurs r  
 pratiques sur tous les aspects réglementaires touch  
 réflexions sur les marchés extérieurs  
 www.comex.com.fr

Accueil

Presse du 24/07/2003

Presse du 25/07/2003

Presse du 28/07/2003

Ouvrage - (disponible)

**Le petit livre des statistiques mondiales**

Editions ESKA 2002, Vol. 1, 237 p.  
 Sommaire :  
 Tableaux des pays développés (population, ...

Accueil

Presse du 24/07/2003

Presse du 25/07/2003

Presse du 28/07/2003

Index

Auteurs

Références

Type de document

Revue - Bimestrielle

**Accomex**  
 Abonnement aux Presses Universitaires de France  
 consultation sur place

Domaine



CHAMBRE RÉGIONALE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
NORD - PAS DE CALAIS

# Les Experts

de votre développement international



## Information

- Dossiers pays, fiches sectorielles
- Statistiques du commerce extérieur
- Listes de prospects, répertoires d'acheteurs,
- Bulletins de veille, revues spécialisées, ouvrages techniques
- Formation professionnelle continue

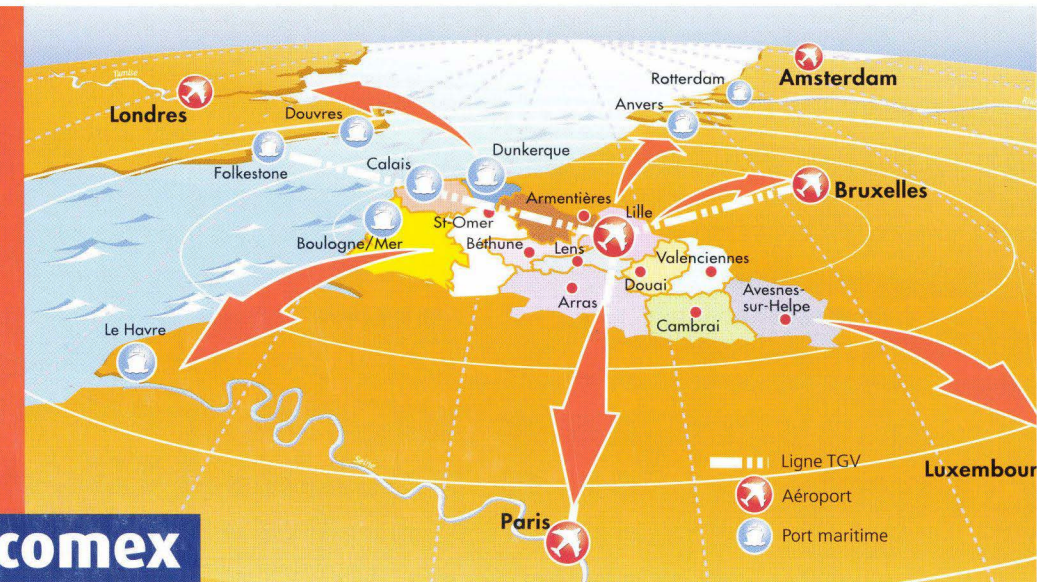
## Accompagnement

- Des chefs de zone proches du terrain
- Journées d'information pays
- Pré-diagnostics export
- Missions collectives ou individuelles
- Visites de salons et participation à des stands régionaux
- Informations juridiques, fiscales et réglementaires

## Stratégie

- Conseil individuel
- Renseignements commerciaux
- Recherches de partenaires
- Études de marché personnalisées
- Évolution des réglementations
- Suivi des contrats
- Veille stratégique

## Où vous adresser ?



### Norcomex

5, rue de la Clef - 59800 Lille

Tél. : 33 (0)3 20 63 79 91

Fax : 33 (0)3 20 55 14 67

[www.norcomex.com](http://www.norcomex.com)



**Votre Chambre de Commerce et d'Industrie, point de départ de votre démarche internationale**

#### ■ Le Centre Régional de Documentation Internationale (CRDI)

5 rue de la Clef - 59800 Lille

Tél : 33 (0)3 20 63 79 90

Fax : 33 (0)3 20 55 14 67

[crdi@norcomex.com](mailto:crdi@norcomex.com)

#### ■ Norcomex vous accompagne en partenariat avec :

*Direction Régionale du Commerce Extérieur (DRCE)*

*Conseil Régional du Nord-Pas de Calais*

*Centre Français du Commerce Extérieur (CFCE)*

*COFACE*

*Direction des Relations Economiques Extérieures (DREE)*

*UBI France*

*Postes d'Expansion Economiques (PEE)*

*Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger (CCIFE)*

*Conseillers du Commerce Extérieur de la France (CCEF)*

# des **outils** efficaces

# Outils

## outils

### ■ Centre Régional de Documentation Internationale

Collectez des informations complètes sur les marchés étrangers : des revues spécialisées françaises et étrangères, un fonds documentaire sur les marchés internationaux, un accès à Internet, des bases de données sur les acteurs économiques régionaux, nationaux et internationaux ainsi que des listes de filiales françaises implantées dans le monde entier... Norcomex est le relais du Centre Français du Commerce Extérieur.

### ■ Site internet portail : [www.norcomex.com](http://www.norcomex.com)

Accédez 24 h / 24, en un clin d'œil, à Norcomex et à l'actualité du commerce international dans votre région (programme des manifestations, liste des filières géographiques régionales, statistiques du commerce extérieur...).

Commandez en ligne des ouvrages techniques, trouvez des conseils, des appuis et des liens utiles.



### ■ Norcomex Informations

Retrouvez dans notre revue trimestrielle un dossier thématique lié à l'international, des dossiers juridiques, réglementaires et fiscaux, des opportunités d'affaires...

### ■ Dossiers pays / fiches sectorielle

Consultez des informations essentielles pour une première approche des marchés étrange

### ■ Librairie du commerce internatio

Procurez-vous des ouvrages de référence : environnement politique, géographique et économique, réseaux d'information, organisation de vos voyages d'affaires, techniques du commerce international...

### ■ Lettres et bulletins périodiques d

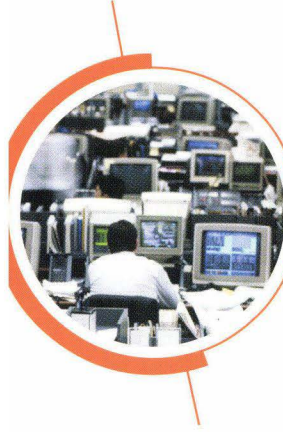
Découvrez l'actualité économique et commerciale par pays par pays, les salons à venir...

### ■ Études à la demande

Présentez-nous votre problématique, faites-nous partager vos projets, vos interrogations : Norcomex élabore selon vos besoins une étude personnalisée.

### ■ Bases de données et CD ROM

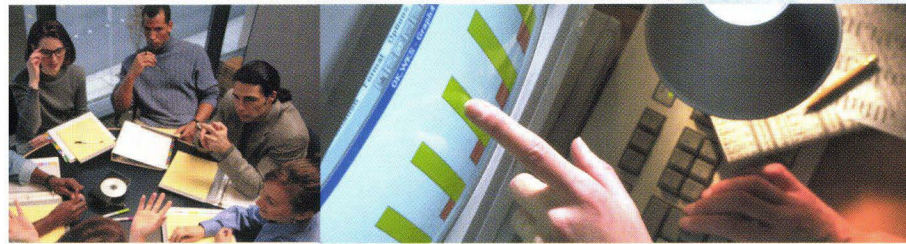
Sélectionnez vos futurs prospects selon vos critères (secteur d'activité, pays, CA, zone d'activités...) sur les meilleures bases en ligne ou sur CD Rom.



des **Ressources** indispensables  
pour exporter



des **Spécialistes** géographiques  
à votre service



**ressources**



**spécialistes**

#### Études de marché/répertoires d'adresses

Procurez-vous des études de marché géo-sectorielles détaillées et des répertoires d'acheteurs ciblés dans le monde entier.

#### Espace de visioconférence

Réduisez vos déplacements et économisez du temps !  
Norcomex met à votre disposition un espace de visioconférence multipoint pour vous permettre d'organiser à moindre frais des réunions avec vos partenaires.  
Accès à la carte, sans abonnement et sans investissement.

#### Cycle de perfectionnement au commerce international

Faites bénéficier vos collaborateurs de formations réellement adaptées à leurs besoins en "inter" ou "intra".  
Des professionnels de haut niveau interviennent sur des sujets qui font l'actualité du commerce international : douanes, transport, moyens de paiement internationaux, Incoterms...  
Déductible de votre budget formation.

*(organisme de formation professionnelle agréé n° 3159 P00 159)*

#### ■ Pôle juridique, réglementaire et fiscal

**Un expert vous répond :** droits de douane, formalités export, contrat de vente international, implantations, marquage, TVA ...

Norcomex vous propose aussi des **petits-déjeuners juridiques** pour aborder divers thèmes internationaux : droit du travail européen, contrats de distribution, conformité des produits...

#### ■ Renseignements commerciaux

Renseignez-vous sur la santé financière de vos partenaires et de vos prospects. Obtenez rapidement des informations sur leur activité, leurs principaux fournisseurs, leur rentabilité commerciale, leur trésorerie...

#### ■ Des chefs de zone issus de l'entreprise

**Espagne, Allemagne, ASEAN**

Nos chefs de zone animent des filières géographiques régionales\* qui ont pour mission de vous informer, de vous conseiller et de vous accompagner dans vos projets. Constatant sur le terrain, ils vous apportent leur soutien logistique et leur connaissance des marchés.

*En étroite collaboration avec les 13 Chambres de Commerce et d'Industrie locales, ils organisent régulièrement :*

#### ■ Des journées d'information pays géographiques, sectorielles ou thématiques

Exposez votre problématique à nos experts et ciblez de nouveaux marchés !

#### ■ Des missions de prospection

Avec nos chefs de zone établissez un **pré-diagnostic fiable** et validez l'adéquation de votre produit avec vos marchés cibles. Sélectionnez des acheteurs potentiels intéressés par vos produits. Participez à des **missions** à l'étranger : nous vous proposons un programme de rendez-vous personnalisé et ciblé.

#### ■ Des participations "clé en main" aux foires et salons internationaux

Visitez des salons et des foires à l'étranger, participez à des stands régionaux, nos chefs de zone organisent le déplacement et vous accompagnent sur place.

*Recevez directement dans votre boîte e-mail des bulletins d'information pays édités par Norcomex (revue de presse, actualités, manifestations...)*

- Lettre d'Espagne
- Lettre d'Allemagne
- Lettre d'Asie

\*Labellisées COREX (Conférence Régionale de l'Exportation)

**Notre expert juridique**  
vous accompagnera également dans la rédaction  
des contrats de vente et assurera  
un suivi réglementaire de vos affaires



**D'autres experts existent en région :  
contactez-nous!**

Consultez également le programme annuel  
des actions régionales à l'international sur

**www.norcomex.com**