

La nécessité de l'information pour la vie et la survie des entreprises n'est plus à démontrer. Face à l'intensification de la complexité de l'environnement et à l'incertitude qu'elle engendre, les entreprises, quels que soient leurs tailles et leurs secteurs d'activité, se doivent de s'informer. Simultanément, l'accroissement de la masse d'information disponible et la multiplicité des sources permettant d'y accéder pose le problème aux entreprises de savoir comment les sélectionner et atteindre l'information désirée. Pour répondre à ces besoins, une variété d'organismes et de services se sont mis en place au fil des années et se sont développés : ce sont notamment les bibliothèques, les centres de documentation, les services d'information électroniques, les courtiers en information et les Chambres de Commerce et d'Industrie.

Parmi ces divers fournisseurs d'information, notre intérêt s'est porté sur les courtiers en information, agissant comme des intermédiaires entre les demandeurs d'information et les sources d'information, pour trois raisons principales.

- Il s'agit, en France, d'une profession relativement récente ; ses frontières sont encore floues et son champ mal défini,
- Il existe un problème certain d'identification de ces offreurs de service et par conséquent d'évaluation du marché,
- Les courtiers correspondraient à ce que sont les "information brokers" aux Etats-Unis, profession connue et en plein essor, à l'inverse de leurs homologues français.

Qu'est-ce qu'un courtier en information ? La question s'impose en effet, dans le sens où si dans le domaine financier le terme de courtier est courant, force est de constater qu'il n'en est pas de même dans le contexte du marché de l'information. Etymologiquement, le Dictionnaire Général de la Langue Française souligne que le mot "courtier" provient de l'Ancien Français *coretier*, *coratier*, probablement emprunté du Provençal *corratier*, dérivé de *corre*, avec le sens de "courir". Le *Dictionnaire Etymologique Marabout* trouve une autre origine au terme, provenant du latin *collectarius* (changeur, receveur du fisc), devenu *coletier* puis, l'attraction de *course* (courir) s'est altérée en *corretier*. Le terme apparaît en 1268, d'après le Petit Robert, et a, du XIIIème au XVIIème siècle, le sens de "coureur", car, comme le souligne le Dictionnaire Logos Bordas "le courtier était toujours *en course*, entre le vendeur et l'acheteur". Le mot "courtier" est relié sans conteste au domaine commercial, et l'aspect d'un positionnement d'intermédiation est prégnant. Par ailleurs, "courtier" fait référence à quatre principaux domaines dans les dictionnaires généraux : l'immobilier, la finance, le commerce et les marchandises.

Dans son acception économique, le courtier est "un intermédiaire offrant, contre rémunération, des informations, des conseils et le réseau de relations dont il dispose au sein

d'un marché. Les courtiers renseignent leurs clients sur les conditions du marché et facilitent la conclusion de leurs contrats, auxquels cependant ils ne sont pas partie prenante" (Bernard et alii., 1975).

A vrai dire, selon cette approche, la complexité et la diversité croissantes de la vie économique ont entraîné une multiplication des formes de commerce et des besoins d'informations et de contacts favorables à la prolifération des activités de courtage (courtiers en publicité, courtiers en immeubles, courtiers en automobiles, etc.).

L'aspect du courtier en tant qu'"agent intermédiaire" est par conséquent largement mis en avant dans les différentes approches. Le courtier est ainsi un intermédiaire entre deux types d'acteurs : le vendeur et l'acheteur. Malgré ces éléments, le courtier en information demeure absent des dictionnaires, car il commercialise, il est vrai, un produit qui est d'une nature somme toute particulière : l'information. L'information ?... Vaste sujet et vague objet.

Vaste sujet tout d'abord : l'information a été définie par un grand nombre de disciplines scientifiques¹, chacune lui apportant des caractères propres à son domaine. Ainsi, notamment les mathématiciens, les biologistes, les informaticiens et les économistes, lui ont attribué des significations différentes. Selon le point de vue adopté, selon l'acception choisie, l'information recouvre des réalités et des caractéristiques distinctes.

Vague objet ensuite : l'information a pu être étudié en tant qu'objet du processus de communication, ou encore en tant qu'objet de relations marchandes. Parmi les trois grandes formes de manifestation de l'information, Anne Mayère (1990) distingue, aux côtés de l'information-structure et de l'information-méthode, l'information-marchandise, qui est le résultat d'un processus de production ("output"). L'information est ainsi produite pour être vendue. C'est là que la notion de courtier en information prend tout son sens : intermédiaire entre des acheteurs (demandeurs d'information) et des vendeurs (fournisseurs d'information), le courtier commercialise de l'information, qui constitue le cœur de la relation marchande. L'information fournie par ces acteurs peut prendre, en théorie, différentes formes : information-produit et/ou information-service, notions qui seront largement explicitées au cours de cette étude.

Les courtiers en information agissent, par ailleurs, sur un marché bien précis, celui de l'information, aux côtés des serveurs, producteurs et fournisseurs d'information, mais également aux côtés de professions très souvent étudiées : les bibliothécaires, les documentalistes et plus récemment les veilleurs et les prestataires en intelligence

¹ Voir, à cet égard, l'ouvrage d'Anne Mayère (1990).

économique. On pourra donc s'interroger sur leur spécificité au regard de ces nombreuses autres professions qualifiées d'intermédiaires et agissant sur un même marché.

Dans la littérature, l'information est principalement étudiée du point de vue de la demande. Les thématiques concernent notamment la définition des besoins d'information des entreprises et la réalité de leurs pratiques informationnelles.

L'offre de services d'information est beaucoup moins observée du fait de son caractère opaque. Aussi, les questions relatives à la nature des services commercialisés, à la spécialisation de l'information fournie, au degré d'élaboration de l'information et à la mise en relation marchande, sont rarement abordées, ce qui a d'autant plus motivé le choix de notre objet de recherche.

Cette thèse s'inscrit dans les sciences de l'information et de la communication que nous comprenons comme interdisciplinaires. C'est pourquoi, nous nous appuyons sur les disciplines de différents champs pour les appliquer à un objet de l'information et de la communication que nous avons choisi : il s'agit essentiellement de l'économie, de la gestion, de l'analyse stratégique et de la sociologie. Nous aurions pu examiner l'objet par rapport à des concepts spécifiques aux sciences de l'information et de la communication (tels la notion de médiation), mais ce n'est pas l'orientation choisie, ces concepts ne nous ayant pas semblé opératoires par rapport aux questions que nous nous posions.

L'objectif de cette recherche est de tenter d'apporter un éclairage sur cette catégorie d'offreur d'un point de vue à la fois économique et sociologique, mais aussi, de prime abord, dans sa définition et sa délimitation. Dans cette optique, notre recherche se structure en trois principales parties, dont l'ambition est, d'une part, de définir et de déterminer l'origine de ces professionnels, d'autre part de décortiquer l'activité fournie, et enfin, d'esquisser les perspectives de développement de cette activité d'un point de vue économique, stratégique et sociologique.

Aussi, nous entamerons cette recherche par une étude de la littérature et la présentation de notre première analyse empirique de la notion de courtier en information. Nous verrons que l'origine de la profession est nord-américaine et que ces prestataires y sont nombreux, connus et reconnus (Chapitre 1). Ensuite, nous aborderons la mise en place du marché français (Chapitre 2) et nous détaillerons la situation des courtiers dans le contexte national (Chapitre 3). Enfin, nous présenterons les premiers éléments de terrain recueillis aussi bien auprès de courtiers français que de brokers américains (Chapitre 4), puis nous conclurons sur les limites de l'analyse de la notion en fonction de ce que nous avons observé empiriquement.

Dans un second temps, nous focaliserons notre attention sur l'activité de courtage, dans le sens où de nombreux professionnels la proposent, et nous nous attacherons à en définir les

contours (Chapitre 5), avant d'examiner et de décomposer ce qu'elle recouvre précisément sur les terrains français et américain (Chapitre 6).

Enfin, dans un troisième temps, nous tenterons d'apporter un éclairage sous un angle à la fois économique et stratégique afin de déterminer dans quel sens s'oriente cette activité (Chapitre 7), mais aussi sous un angle sociologique, dans l'optique de préciser comment se structure l'activité de courtage, professionnellement parlant (Chapitre 8). Finalement, nous concluons sur un surprenant constat : il existe certes une activité foisonnante de courtage en information, mais sans profession de courtier (Chapitre 9).