

Étude d'expériences américaines et européennes de diffusion électronique d'information gouvernementale

The Electronic Dissemination of Government Information: American and European Experiences

Estudio de experiencias americanas y europeas de difusión electrónica de información gubernamental

Pierrette Bergeron and Gilles Deschatelets

Volume 42, Number 2, April–June 1996

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1033283ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1033283ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (print)

2291-8949 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Bergeron, P. & Deschatelets, G. (1996). Étude d'expériences américaines et européennes de diffusion électronique d'information gouvernementale. *Documentation et bibliothèques*, 42(2), 65–79. <https://doi.org/10.7202/1033283ar>

Article abstract

The following article reports the results of a study carried out in 1991-1992 on the electronic dissemination of government information in the United States, France, Great Britain, and Norway. The context in which government information is electronically disseminated and the methodology are described. The results cover such aspects as copyright, the objectives of dissemination, the agreements negotiated with the distributors, market studies and the potential customers, and publicity. The study identifies seven critical factors in the electronic dissemination of government information.

Étude d'expériences américaines et européennes de diffusion électronique d'information gouvernementale*

Pierrette Bergeron

Professeure adjointe, École de bibliothéconomie et des sciences de l'information
Université de Montréal

Gilles Deschatelets

Directeur et professeur titulaire, École de bibliothéconomie et des sciences de l'information
Université de Montréal

Cet article rapporte les résultats d'une étude menée en 1991-1992 sur l'expérience de diffusion électronique de l'information gouvernementale aux États-Unis, en France, en Grande-Bretagne et en Norvège. Le contexte de la diffusion électronique de l'information gouvernementale dans ces pays est décrit, ainsi que la méthodologie utilisée. Les résultats présentés concernent le droit d'auteur, les objectifs de diffusion, les ententes négociées avec les diffuseurs, les études de marché et les clientèles visées et finalement la promotion. L'étude dégage sept facteurs jugés les plus importants dans la diffusion électronique d'une base de données provenant d'un gouvernement.

The Electronic Dissemination of Government Information : American and European Experiences

The following article reports the results of a study carried out in 1991-1992 on the electronic dissemination of government information in the United States, France, Great Britain, and Norway. The context in which government information is electronically disseminated and the methodology are described. The results cover such aspects as copyright, the objectives of dissemination, the agreements negotiated with the distributors, market studies and the potential customers, and publicity. The study identifies seven critical factors in the electronic dissemination of government information.

La diffusion de l'information gouvernementale est essentielle à toute démocratie. Un gouvernement doit diffuser l'information qu'il produit pour favoriser le développement social, technologique, économique et juridique de sa société et de ses citoyens. Dans ce contexte, les gouvernements adoptent des politiques d'information, exprimées par des lois et des règlements qui définissent le rôle du gouvernement dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information gouvernementale.

À l'ère de l'inforoute, où l'information est de plus en plus reconnue comme une ressource ayant une valeur non seulement publique mais commerciale, il est

approprié d'étudier l'expérience qu'ont vécue certaines agences gouvernementales de pays différents dans la diffusion électronique de leur information par des serveurs nationaux ou internationaux, commerciaux ou gouvernementaux. Ces expériences peuvent servir les agences gouvernementales et parapubliques du Québec et du Canada, au moment où elles envisagent d'investir dans la diffusion électronique de leur information sur l'inforoute en devenir.

C'est dans ce contexte que nous avons mené une recherche en 1991-1992 sur l'expérience de diffusion électronique de l'information gouvernementale par six agences gouvernementales de quatre

Estudio de experiencias americanas y europeas de difusión electrónica de información gubernamental

Este artículo expone los resultados de un estudio hecho en 1991-1992 sobre la experiencia de la difusión electrónica de la información gubernamental en los Estados Unidos, en Francia, en Gran Bretaña y en Noruega. El contexto de difusión electrónica de la información gubernamental en estos países es descrita así como la metodología utilizada. Los resultados presentados tratan del derecho del autor, los objetos de difusión, los acuerdos negociados con los difusores, los estudios de mercado y la clientela focalizada, y finalmente la promoción. El estudio destaca siete factores juzgados como más importantes en la difusión electrónica de una base de datos que proviene del gobierno.

pays occidentaux, soit les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne et la Norvège, en utilisant une méthodologie basée sur la méthode de cas¹. Notre article présente les principaux résultats de cette étude. Après avoir défini les concepts, nous décrivons le contexte de diffusion électronique de l'information gouvernementale dans lequel évoluaient les pays

* Cette étude a été subventionnée par le Programme de développement et de promotion des centres d'excellence de langue française du ministère des Communications du Canada.

1. Les auteurs remercient Mmes Michèle Lévesque, Sylvie Maillé et Maryse Legault, alors assistantes de recherche pour le projet, pour leur aide dans sa réalisation.

étudiés au moment où nous avons mené notre étude ainsi que la méthodologie utilisée. Ensuite, nous présentons la synthèse² des expériences de diffusion étudiées, en nous intéressant en particulier aux éléments suivants: (1) le droit d'auteur, (2) les objectifs de diffusion, (3) les ententes avec les diffuseurs, incluant les catégories de diffuseurs, la tarification et les supports utilisés, (4) les études de marché et les clientèles visées et (5) la promotion. Nous terminons par la présentation des facteurs déterminants de succès identifiés par les répondants pour diffuser électroniquement l'information gouvernementale.

Définitions des concepts

Il est d'abord nécessaire de donner les définitions retenues pour les deux principaux concepts abordés, soit ceux d'information gouvernementale et d'information électronique. *L'information gouvernementale* est l'information créée, colligée, traitée, stockée, transmise, diffusée, utilisée ou archivée par un gouvernement ou l'une de ses agences, sur quelque support que ce soit (Hernon and McClure 1988, 5; U.S. Office of Technology Assessment 1988). *L'information électronique* est l'information stockée sur support électronique (magnétique ou optique). La diffusion³ électronique est la distribution proactive de l'information sur des supports et canaux utilisant des formats électroniques tels que les bandes magnétiques, les disquettes, les disques optiques, la diffusion en ligne et la téléimpression. (U.S. Office of Technology Assessment 1988). Pour les fins de cette étude, nous avons considéré deux modes de distribution électronique: la diffusion en ligne et le CD-ROM.

Aperçu du contexte de la diffusion électronique de l'information gouvernementale aux États-unis, en France, en Grande-Bretagne et en Norvège

Afin de mettre en contexte les cas étudiés, nous brossons un court tableau de l'industrie de l'information électronique (IIE) et des politiques nationales d'information liées à la diffusion électronique de l'information gouvernementale dans les pays choisis (voir la section **Méthodologie** pour la justification du choix de ces pays).

L'industrie de l'information électronique

L'industrie de l'information électronique (IIE) existe depuis plus de trente ans et est encore en pleine croissance. Selon le rapport *U.S. Industrial Outlook 1991* du U.S. Department of Commerce, les ventes de services d'information électronique en 1990 atteignaient 9 milliards de dollars, soit une augmentation de 20% par rapport au chiffre d'affaires de 1989 qui était de 7,5 milliards de dollars (Le chiffre d'affaires... 1991). Selon ce rapport, les liaisons en ligne comptaient pour près de 80% du chiffre d'affaires des services d'information électronique. L'audiotex et les CD-ROM constituaient les 20% restants. En 1994, les États-Unis étaient le plus important producteur de services d'information électronique avec 68% des quelque 8 000 bases de données publiquement accessibles dans le monde (plus de 9 000 en 1995). L'Europe de l'Ouest venait au second rang (24%) et le Canada au 3^e (5,3%) (Williams 1995). De ces 8 000 bases de données, 57% étaient distribuées en ligne et 20% sur CD-ROM. L'industrie de l'information électronique employait environ 2,4 millions de personnes en 1990 et créait 2,7 millions d'emplois indirects. L'évolution exponentielle de l'utilisation d'Internet, avec l'intérêt soulevé par son utilisation grand public et commerciale, indique également que le marché de l'information électronique continuera de connaître une croissance importante.

Assez curieusement, toutefois, l'IIE est un domaine où il est relativement difficile d'obtenir des données à jour et surtout cohérentes d'une étude à l'autre; il existe, en effet, beaucoup d'études de marché concernant l'ensemble de l'IIE ou quelques-uns de ses marchés verticaux (bases de données, diffusion en ligne, CD-ROM, etc.), mais les chiffres avancés ne concordent que très rarement d'une étude à l'autre. Deux caractéristiques se dégagent généralement de ces études: elles s'avèrent, la plupart du temps, exagérément optimistes et elles sont très rapidement obsolètes.

De nombreux baromètres sont utilisés, dans les études de marché, pour évaluer la performance de l'IIE, allant des équipements (vendus, installés) aux produits (bases de données, CD-ROM), aux

clientèles (intermédiaires, utilisateurs), aux services/supports de diffusion (en ligne, disques optiques) et aux technologies elles-mêmes (CD-ROM, CD-I, etc.) qui sont en constant développement. En résumé, le marché de l'IIE est caractérisé par une croissance presque continue; il est surtout constitué de marchés verticaux et est intimement lié aux développements technologiques.

Les cas étudiés proviennent de quatre pays - les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, et la Norvège - dans lesquels la situation de l'IIE est passablement différente, notamment quant au rôle qu'y joue le gouvernement.

Les **États-Unis** représentent un modèle type de marché ouvert et concurrentiel. Le gouvernement a toutefois joué un rôle capital dans la mise en place et le développement de l'IIE. Dans les années 1970, par exemple, près de 80% des bases de données diffusées en ligne provenaient du secteur public, alors qu'à la fin des années 1980, cette proportion était passée à environ 35% (Williams 1989). Le gouvernement américain a insufflé au marché du CD-ROM un essor similaire à celui qu'il avait donné au marché de la recherche en ligne en étant l'un des principaux diffuseurs d'information sur CD-ROM (Hernon and McClure 1992, 68). Le gouvernement américain joue donc à la fois un rôle de moteur et de promoteur dans l'IIE, non seulement aux États-Unis, mais dans le monde entier puisqu'il est le plus grand producteur de publications et d'information au monde (Hernon and McClure 1992, 68).

En **France**, la situation est assez différente. En effet, le gouvernement a instauré l'IIE et a directement contribué à sa création. Ce n'est qu'à la fin des années 80 et au début des années 90, que

2. Voir Deschatelets et al. pour l'ensemble des résultats.

3. Hernon et McClure (1988) font une distinction entre les concepts d'accès, de distribution et de diffusion de l'information. Conscients de cette distinction théorique, nous avons toutefois décidé de nous en tenir, dans notre étude, au terme «diffusion».

le débat public-privé a été entrepris, principalement dans l'optique d'un positionnement des acteurs français de l'IIE dans le marché européen de 1993⁴.

Le développement de l'IIE en **Grande-Bretagne** s'est fait davantage par la coopération entre le secteur privé et public. Sous l'impact conjugué du gouvernement, de la British Library et des regroupements des divers intervenants (Association of Database Producers, UK Online Users Group, Videotex Industry Association), le marché des bibliothèques a été rapidement ciblé comme un marché privilégié de l'IIE et a en quelque sorte servi de moteur à cette industrie. Deux caractéristiques ressortent des études sur l'IIE en Grande-Bretagne: la difficulté pour les intervenants de concurrencer les produits et services en provenance des États-Unis et, plus récemment, l'ouverture à l'Europe et les efforts des intervenants britanniques pour trouver une place privilégiée dans l'IIE européenne qui est à se mettre en place (Hartley 1987).

Il existe très peu de documentation publiée en français ou en anglais sur l'IIE en **Norvège**. Les quelques études publiées traitent généralement des pays scandinaves globalement. Le CD-ROM, par exemple, semble en bonne voie d'implantation dans les pays scandinaves (Johanson 1989). Le marché de l'IIE en Scandinavie semble être de plus en plus sous le signe des associations, regroupements et consortiums de toutes sortes qui permettent, à tous les intervenants, d'avoir accès à un plus large marché (20 millions plutôt que 6 millions, dans le cas de la Norvège). C'est ainsi, par exemple, qu'a été créé le groupe *The Scandinavian CD-ROM Partners* (Johanson 1989, 195).

Le marché mondial de l'IIE est donc dominé par les États-Unis, où le gouvernement a joué un rôle primordial dans le développement de cette industrie. Il continue d'ailleurs à jouer ce rôle de catalyseur, comme en fait foi l'état d'avancement des États-Unis dans l'établissement d'une autoroute de l'information où le gouvernement est d'ailleurs à l'origine du projet. C'est aussi aux États-Unis qu'on trouve une activité importante reliée aux politiques d'information.

Politiques d'information gouvernementale

Cette section présente un très bref aperçu du traitement de la diffusion de l'information électronique au moment de notre étude dans les politiques d'information des États-Unis, de la France, de la Grande-Bretagne et de la Norvège. Comme l'expérience américaine a eu, et continue d'avoir, une forte influence sur les politiques d'information canadiennes et européennes, nous insistons davantage sur les politiques de ce pays. D'ailleurs, l'abondance de documentation sur le sujet est un indicateur du dynamisme de la recherche et de l'intérêt porté à la question dans ce pays.

États-Unis

Le domaine des politiques d'information est un champ de recherche qui connaît une popularité grandissante aux États-Unis, tant auprès des chercheurs en bibliothéconomie et en sciences de l'information que de ceux des sciences politiques et juridiques et d'administration publique. De plus, des représentants des associations de bibliothécaires, de l'industrie de l'information et des groupes d'intérêt public sont activement impliqués dans ce débat concernant les politiques relatives à la diffusion électronique de l'information aux États-Unis. Le lecteur consultera avec profit divers ouvrages faisant un état de la question tels ceux de Hernon and McClure (1988), McClure and Hernon (1989), McClure, Hernon and Relyea (1989), McClure et al. (1994) et U.S. Office of Technology Assessment (1988), ainsi que la revue *Government Information Quarterly*.

Le gouvernement fédéral américain ne semble pas avoir d'approche globale et intégrée dans l'élaboration de ses politiques d'information (McClure et al. 1990), bien qu'il reconnaisse que l'information est une ressource nationale (U.S. Office of Management and Budget Circular A-130, 7b). Par exemple, une étude du U.S. Congressional Research Service révélait que le Congrès américain avait adopté des centaines de lois exigeant des agences fédérales différentes activités liées à la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information (U.S. Office of Technology

Assessment 1988). Conséquemment, chaque agence interprète et applique les diverses lois et règlements en fonction de sa mission et de sa philosophie de gestion.

Parmi les nombreuses agences ayant un impact important sur les politiques, directives et pratiques de diffusion électronique de l'information gouvernementale, citons en particulier l'Office of Management and Budget, le Government Publication Office (GPO) et le National Technical Information Service (NTIS) (U.S. Office of Technology Assessment 1988).

En plus des lois qui régissent chaque agence, il existe des lois et règlements pan-gouvernementaux qui s'adressent à l'ensemble des agences fédérales. Parmi les principales lois touchant la diffusion électronique de l'information gouvernementale, citons: le *Freedom of Information Act (FOIA)* (P.L. 93-502, 5 U.S.C. 552); le *Privacy Act of 1974* (P.L. 93-579, 5 U.S.C. 552a); le *Paperwork Reduction Act* (P.L. 96-511, 44 U.S.C. 3501-3520); le *Computer Security Act of 1987* (P.L. 100-235, 40 U.S.C. 759); le *Computer Matching and Privacy Protection Act of 1988* (P.L. 100-503, 5 U.S.C. 552a (o-v)); le *Business and Industry—Technological, Scientific, and Engineering Information*, P.L. 81-776, 15 U.S.C. 1151-1157, Chapter 23); le *Public Printing and Documents; Distribution and Sale of Public Documents* (44 U.S.C. 1701-1722) et le *Copyright Law* (17 U.S.C. 105).

De toutes les directives de l'Office of Management and Budget, la plus significative est sûrement la U.S. Office of Management and Budget *Circular No. A-130, Management of Federal Information Resources* (1994). Cette *Circular No. A-130* contient les directives concernant entre autres l'application du *Paperwork Reduction Act* (44 U.S.C., Chapter 35) et du *Privacy Act* (5 U.S.C. 552a). Émise en 1985, la *Circular* a fait l'objet de propositions de mise à jour fort controversées

4. Voir Turner et Le Coadic, (1991) pour les perspectives et les difficultés d'un éventuel marché européen d'information électronique.

jusqu'à l'adoption d'une nouvelle version en 1994 (U.S. Office of Management and Budget, 1994).

Un nouveau consensus émerge entre les principaux intervenants de la scène américaine des politiques d'information à savoir les agences gouvernementales, l'industrie de l'information, les groupes de bibliothécaires et les groupes d'intérêt public. Ce consensus se fait autour des questions clés qui ont fait l'objet de débat et de recherche au cours des dernières années quant aux rôles respectifs des secteurs public et privé dans la diffusion électronique de l'information gouvernementale à savoir l'accès public à l'information gouvernementale, le coût de l'information pour l'utilisateur et la gestion de la diffusion de l'information gouvernementale par l'établissement d'un inventaire (U.S. Office of Technology Assessment 1988). D'une part, on semble reconnaître que la collecte, le traitement et la diffusion de l'information font partie des activités gouvernementales et qu'il devrait y avoir une multitude de modes de diffusion (McClure et al. 1990). D'autre part, un consensus se dégage sur les points suivants: il ne devrait pas y avoir d'entente exclusive ou restrictive sur la diffusion de produits ou services d'information; il ne devrait pas y avoir de restriction ou d'interdiction d'exiger des redevances pour la rediffusion ou la réutilisation de l'information gouvernementale et la tarification devrait être établie en fonction du coût marginal de diffusion (Kahin 1991). Un représentant du NTIS déclarait au cours d'une entrevue que la version révisée de la *Circular A-130* demanderait de tarifier les produits et les services d'information en fonction du coût marginal de diffusion et que le NTIS devrait en être exempté vu son statut d'agence autonome. Notons que la dernière version de cette *Circular No. A-130* (1994) inclut une section sur la diffusion de l'information gouvernementale et sur la diffusion de l'information électronique qui reconnaît que les bénéfices de la diffusion de l'information gouvernementale ne sont pas toujours quantifiables: «*In order to minimize the cost and maximize the usefulness of government information, the expected public and private benefits derived from government information should exceed the public and private costs of the information,*

recognizing that the benefits to be derived from government information may not always be quantifiable.» (U.S. Office of Management and Budget 1994, 37910)

On peut donc constater une évolution importante des différents aspects de la diffusion électronique de l'information gouvernementale aux États-Unis. Cette évolution causera un impact non seulement aux États-Unis, mais également dans d'autres pays, comme ceux de la Communauté économique européenne qui se sont fortement inspirés de l'expérience américaine pour élaborer leurs propres directives de diffusion électronique de l'information gouvernementale (Pitrat 1988).

France

Le gouvernement français n'a pas de politique coordonnée d'information, ni de vision intégrée de la diffusion électronique de son information (Maisl et Pitrat 1988; Meyriat 1986). Le gouvernement français a investi massivement dans l'industrie de l'information électronique: Télésystèmes/Questel dans les années 1970, Minitel dans les années 1980 et le parc de CD-ROM pour les bibliothèques universitaires à la fin des années 1980 et au début des années 1990 (Meyriat 1986; Savignon 1988; Stratford 1991; Worlock 1987). En particulier, le ministère de l'Industrie et de la Recherche a mis sur pied, en 1979, un programme de promotion des banques de données pour faire suite notamment au rapport Nora-Minc, *L'informatisation de la société* (1978). Le Ministère, après étude, constatait que l'accent était mis presque exclusivement sur la diffusion en ligne, sans considération pour les autres modes de diffusion ce qui, à son avis, pouvait nuire à l'industrie de l'information électronique française: «*Or, l'expérience américaine montre que les banques de données qui réussissent sont celles qui savent assurer une diffusion multi-support (magnétique, papier, microforme, vidéotexte, télétexte, vidéo-disque, etc.) et surtout qui savent intégrer une panoplie de services complémentaires personnalisés ...*» (Hirel 1983, 10)

La France semble également avoir une certaine ouverture en ce qui concerne la diffusion de ses données: «*... la France est un des pays de la Communauté qui a*

le plus ouvert les fichiers de l'administration et l'idée qu'il y a des 'gisements d'information' inexploités est de l'avis général, un mythe» (Pitrat 1988, 18). Cette pratique d'ouverture de fichiers peut sans doute expliquer dans une certaine mesure le fait que la plupart des textes recensés traitent beaucoup des questions juridiques liées à la diffusion électronique de l'information gouvernementale et se préoccupent peu des autres questions.

La France est, avec le Danemark, la Grèce et les Pays-Bas, l'un des seuls pays à avoir adopté une loi relative à l'accès à l'information comparable à celle du Canada (*Loi sur l'accès à l'information*) ou des États-Unis (*Freedom of Information Act*) (Burker 1992). La loi française sur l'accès à l'information interdit la commercialisation des données obtenues par le recours à cette loi (Maisl et Pitrat 1988). La France a adopté la Loi no 78-17 du 6 janvier 1978, dite *Informatique et Liberté* qui concerne la protection des renseignements personnels. La Commission Nationale d'Informatique et Liberté (CNIL) régit l'application de cette loi; elle a établi des règles relatives à la protection des renseignements personnels et à l'accès à la diffusion de l'information (Pitrat 1988).

Les questions clés relatives à la diffusion électronique de l'information gouvernementale en France sont liées (1) au droit d'auteur; (2) à la distinction entre les données privatisables et les données non privatisables; (3) au cadre légal dans lequel s'inscrivent les données administratives commercialisables selon des paramètres évaluant la concurrence et les clauses d'exclusivité, le prix de la commercialisation et la finalité d'utilisation des données; (4) à l'exigence de protection des renseignements personnels et (5) à l'inventaire des fonds documentaires des administrations (Maisl et Pitrat 1988; Pitrat 1988; Schoettl 1988).

En 1988, les Français s'intéressaient particulièrement au plan d'action de la CEE relatif à la diffusion électronique de l'information gouvernementale et s'interrogeaient sur l'impact de cette directive sur leur propre politique nationale dans ce domaine (Maisl et Pitrat 1988; Pitrat 1988). Ce *Plan d'action pour la création d'un marché commun des services d'information, 1989-1990* a été adopté en

1988 avec un budget de 36 millions d'écus (Pitrat 1988). Les objectifs de ce plan étaient: (1) de créer un Observatoire européen du marché de l'information; (2) d'identifier les obstacles techniques, administratifs et juridiques et de proposer des solutions pour les supprimer; (3) de permettre la synergie entre les secteurs public et privé; (4) de mener des projets pilotes et de démonstration dans le domaine des produits et services d'information; (5) de promouvoir les services d'information européens; (6) de préparer une action en faveur des bibliothèques pour favoriser leur interconnexion afin d'aider leur utilisation et d'encourager l'implantation de nouvelles technologies d'information (Pitrat 1988). Ce plan a entre autres conduit à l'adoption du *Guidelines for improving the synergy between the public and the private sectors in the information market* (Burkert 1992). Ces directives n'ont pas de valeur contraignante (Maisl et Pitrat 1988). Elles visent à aider les différents pays à élaborer leur propre politique nationale dans le domaine et à amener une harmonisation de ces politiques à l'intérieur de la CEE (Maisl et Pitrat 1988).

La majorité des textes consultés datent de 1988. Il faudrait mener une étude pour connaître l'état actuel de la situation de la diffusion électronique de l'information gouvernementale et la position des différents acteurs clés dans ce secteur. Les technologies d'information, leur contenu et leur utilisation évoluant vite, il serait utile de voir si les politiques d'information évoluent au même rythme.

Grande-Bretagne

La Grande-Bretagne n'a pas de politique intégrée de diffusion de l'information (Cronin 1987; Hamilton 1989; Malley 1990). Les agences n'ont aucune obligation légale de rendre accessible leur information, sauf dans le cas très précis de certains types d'information (Lewis and Martyn 1986). Par conséquent, chaque agence gouvernementale définit de façon plus ou moins individuelle sa propre politique de la diffusion de son information au public (Hamilton 1989). Plusieurs agences britanniques ont développé au cours des années des intérêts et des responsabilités dans le domaine de l'information gouvernementale, en particulier la British Library (qui est entre autres

responsable du serveur BLAISE-LINE); le Department of Trade and Industry; Her Majesty's Stationary Office (HMSO); l'Office of Arts and Libraries; l'Office of Telecommunications; la Monopolies and Mergers Commission; le Cabinet Office; ainsi que des agences telles que le Broadcasting Standards Council et le Copyright Tribunal (Hamilton, 1990; Malley, 1990; Lewis and Martyn 1986).

Deux de ces agences semblent particulièrement impliquées dans l'élaboration de directives pour la diffusion électronique de l'information gouvernementale: le Department of Trade and Industry (DTI) et le HMSO. Suite à la publication du rapport *Making a business of information way* en 1983, le DTI est devenu responsable du développement et de l'implantation d'une politique relative à ce secteur d'activité (Great Britain. DTI 1990). Le DTI a donc développé le *Government-held tradeable information: Guidelines for government departments in dealing with the private sector* (1^{ère} édition, 1986; 2^e édition, 1990). Ce guide a été préparé avec la collaboration de la Confederation of Information Communication Industries (CICI) qui regroupe un ensemble d'organismes privés et publics actifs dans l'industrie de l'information. Le guide a été élaboré en tenant compte des directives émises dans le *Guidelines for improving the synergy between the public and private sectors in the information market* (Great Britain. DTI 1990).

Le guide a pour but de promouvoir le développement de l'industrie de l'information britannique; de promouvoir l'efficacité et d'accroître la compétitivité de l'économie britannique par l'utilisation de services commerciaux d'information électronique; et de mettre à la disposition du secteur privé autant d'information gouvernementale que possible pour favoriser le développement de services électroniques (Great Britain. DTI 1990). Selon le DTI, le guide utilise l'expression *Tradeable Information* pour conscientiser les agences au fait que l'information est un bien ayant une valeur commerciale qui peut être achetée et vendue comme la plupart des autres biens, et que de la valeur peut être ajoutée à l'information brute aux différentes étapes de son traitement (Great Britain. DTI 1990). Parmi les valeurs ajoutées à l'information dans le cadre de la

diffusion électronique, le DTI cite entre autres: l'accessibilité, la complémentarité, la structure (design de la base de données, traitement et repérage); les transactions possibles; et la réutilisation des données pour d'autres fins. Le guide recommande aux agences de développer un inventaire décrivant les différents répertoires d'information disponibles et de le rendre accessible à l'industrie de l'information. Les agences doivent suivre les directives de ce guide dans leur négociation avec le secteur privé, à moins de pouvoir justifier une exception. Le guide propose un contrat type qu'une agence peut utiliser dans la négociation avec une firme privée. L'entente négociée doit respecter les obligations statutaires de l'agence ainsi que les règles concernant la sécurité et la protection des renseignements personnels. Il faut cependant minimiser les barrières possibles. De plus, le contrat type inclut comme première clause l'énoncé suivant: «*Department may enter into such agreement only when Departmental material (i.e. material not published by HMSO) is to be reproduced in electronic form*» (Great Britain. DTI 1990, 24). HMSO a la responsabilité de gérer l'application du droit d'auteur pour l'ensemble des agences gouvernementales. Les agences lui versent une rétribution pour couvrir les frais administratifs de gestion. Le gouvernement britannique semble être l'un des seuls à avoir une directive aussi détaillée ainsi qu'un contrat type pour guider les agences dans leurs efforts de diffusion. Il reste à vérifier dans quelle mesure ces directives sont connues des agences gouvernementales, respectées et utiles.

Norvège

Le statut relatif à la diffusion et à l'utilisation de l'information gouvernementale norvégienne à des fins commerciales est mal défini (Hovik 1989). Bien qu'on constate un intérêt marqué pour l'utilisation de l'information gouvernementale à des fins commerciales, il n'y a pas de pratique uniforme ou de directives générales sur le sujet et chaque cas de commercialisation fait l'objet d'une étude indépendante (Hovik 1989).

N'ayant trouvé aucune information publiée en français ou en anglais sur les politiques d'information norvégienne, nous

avons dû nous en remettre uniquement à l'information contenue dans la correspondance entre le ministère des Communications du Canada et divers représentants du gouvernement norvégien relative à leurs politiques de diffusion électronique de l'information gouvernementale ainsi qu'aux données recueillies lors de notre entrevue.

En 1989, le gouvernement norvégien étudiait comment concilier les principes généraux des politiques d'information gouvernementale de Norvège, tels que l'accès à l'information, la protection des renseignements personnels, le droit d'auteur, le contrôle de la qualité, etc. avec la tarification des services. Le fait que le gouvernement ait un droit d'auteur sur son information ne semble pas nuire à la collaboration avec l'entreprise privée: «*By securing government ownership and control of the different tasks, we do believe that it is possible to establish fruitful cooperation between private and public actors in this field, which both the public and the vendors will benefit from*». Le gouvernement se proposait d'étudier le guide de la CEE, *Guidelines for improving the synergy between the public and private sectors in the information market*, pour examiner dans quelle mesure ces directives peuvent être transposées dans le paysage informationnel norvégien (Hovik 1989).

Cette brève description du marché de l'industrie de l'information électronique et des politiques d'information nationales permet de constater que les États-Unis dominent le marché de l'IIIE, après avoir été pionniers dans son développement. Ce dynamisme, tant au point de vue de l'industrie que de la recherche dans le domaine de l'information électronique gouvernementale, se reflète dans la National Information Infrastructure où les Américains dominent la scène au plan de la technologie, du contenu, des lois et de la recherche.

Méthodologie

Cette étude exploratoire et descriptive est basée sur la méthode d'études de cas utilisant l'entrevue et l'analyse de contenu comme méthode de collecte de données (Yin 1989). Cette méthode était appropriée pour obtenir de l'information

détaillée sur certaines expériences de création et de diffusion d'information électronique gouvernementale vécues par des organismes d'autres pays.

Dans un premier temps, nous avons identifié les paramètres de diffusion d'information électronique gouvernementale complémentaires à ceux proposés par le Groupe de travail interministériel de soutien à l'industrie des bases de données (IWGDIS) dans ses deux documents *Diffusion des bases de données: guide pratique à l'intention des gestionnaires gouvernementaux* (1991) et *Diffusion des bases de données: abécédaires à l'intention des gestionnaires gouvernementaux* (Brandon 1992). D'autre part, cela nous a permis d'identifier certains critères de sélection sur lesquels nous pouvions baser le choix de nos cas. Nous avons également analysé les répertoires commerciaux de bases de données (Cuadra 1991; Marcaccio 1989; ANRT/ADBS 1991) et de CD-ROM (*Directory of Portable Databases* 1991). L'analyse des répertoires commerciaux de bases de données et de CD-ROM, couplée à notre revue de documentation, nous a permis d'identifier dans un premier temps quelque 72 cas potentiels de diffusion d'information gouvernementale électronique dans 18 pays. Le choix des cas s'est fait en fonction des objectifs visés par la recherche à partir des critères suivants⁵:

- les cas retenus devaient présenter une variété de situations de diffusion, par exemple les objectifs de diffusion, les contenus et les partenariats;
- les cas devaient autant que possible s'inscrire dans un contexte linguistique francophone ou anglophone;
- les cas devaient présenter des affinités avec le contexte canadien;
- les cas devaient être encore en activité;
- il devait y avoir un minimum de documentation disponible pour compléter l'information obtenue en entrevue téléphonique; et
- chaque cas devait permettre de dégager des critères de succès.

Nous avons soumis nos choix à différents experts de l'industrie de l'information électronique pour fins de validation. Les cas/produits retenus sont: National Technical Information Service (NTIS), États-Unis; Toxic Chemical Release Inventory (TRI),

États-Unis; Parliamentary On-Line Information System (POLIS), Grande-Bretagne; British Official Publications (HMSO), Grande-Bretagne; Catalogue of United Kingdom Official Publications of CD-ROM (UKOP), Grande-Bretagne; ICONOS, France et LOVDATA, Norvège. Pour chaque cas, nous avons étudié les éléments suivants: le contexte historique et/ou juridique; la conception de la base de données, en particulier la collecte et le traitement de l'information, la diffusion de la base, incluant les modes, les supports, les ententes contractuelles, le droit d'auteur, la tarification et les efforts de promotion; et finalement, les leçons tirées et les facteurs critiques de succès.

Un questionnaire a été élaboré et prétesté. La version finale du questionnaire a été traduite en anglais. Le questionnaire, en partie complété par les chercheurs à partir des informations recueillies dans les documents, a été remis à chaque répondant avant l'entrevue. Le questionnaire était accompagné de deux lettres de présentation ainsi que du texte du groupe IWGDIS, *Diffusion des bases de données: Abécédaire à l'intention des gestionnaires gouvernementaux*. D'une part, ceci permettait aux répondants de se préparer à l'entrevue. D'autre part, cette procédure permettait de réduire le temps d'entrevue: certaines questions ayant déjà été complétées, nous n'avions qu'à demander aux répondants de valider les réponses. Finalement, une version allongée du questionnaire a été préparée pour faciliter la prise de notes pendant l'entrevue téléphonique.

La cueillette des données s'est faite de deux façons. La première par des entrevues téléphoniques en profondeur avec un répondant (deux dans le cas de NTIS) de chaque organisme diffusant la base de données, ces répondants étaient les responsables (directeurs, gestionnaires ou chefs) de la gestion des bases de

5. Deux de ces critères n'ont pas été respectés pour LOVDATA: le contexte linguistique (norvégien dans le cas de LOVDATA) et la disponibilité de la documentation (toute la documentation sur le cas a été fournie par le répondant).

données⁶. La durée des entrevues variait entre une heure trente et trois heures. Elles se sont déroulées du 13 au 17 février 1992. Chaque entrevue a été enregistrée et a fait l'objet d'une transcription. La seconde façon a consisté à analyser les documents publiés dans les journaux, revues, monographies et autres documents fournis par les répondants. Par la suite, un travail de synthèse a été effectué pour intégrer et vérifier l'ensemble des informations recueillies. Chaque étude de cas a fait l'objet d'une validation auprès des répondants. Chaque cas fait l'objet d'une analyse approfondie dans le rapport final de la présente recherche (Deschatelets et al. 1992).

Synthèse des expériences de diffusion étudiées

Diffuser électroniquement l'information gouvernementale implique un processus où se mêlent divers intervenants, producteurs, distributeurs/serveurs ou clients, ainsi que des lois et règlements qui doivent respecter les agences. Il faut noter que chaque expérience de diffusion est contextuelle et dépend de la culture politique et informationnelle de chaque pays. Nous avons étudié les expériences de diffusion de chaque produit des six agences gouvernementales en nous intéressant en particulier aux éléments suivants: le droit d'auteur; les objectifs de diffusion; les ententes avec les diffuseurs, incluant les catégories de diffuseurs, la tarification et les supports utilisés; les études de marché et les clientèles visées et finalement la promotion.

Droit d'auteur

La question du droit d'auteur est probablement l'une des plus litigieuses entre le gouvernement canadien et l'industrie de l'information électronique et revient hanter tous les débats et colloques sur le sujet⁷. Les entreprises de l'industrie de l'information considèrent le droit d'auteur que détient le gouvernement canadien sur ses données et informations comme étant un des obstacles majeurs à la diffusion de l'information gouvernementale par le secteur privé et un obstacle à l'industrie de l'information canadienne tout court. Nous nous sommes donc intéressés à cet aspect, afin de voir comment d'autres gouvernements

Tableau 1. Détenion du droit d'auteur par les gouvernements

PAYS	CAS	DROIT D'AUTEUR
États-Unis	NTIS	Quasi-droit d'auteur
États-Unis	TRI	Non
France	ICONOS	Oui
Grande-Bretagne	HMSO	Oui
	UKOP	Oui
	POLIS	Oui
Norvège	LOVDATA	Oui

traitent cette question. Des quatre pays inclus dans notre étude, seul le gouvernement des États-Unis ne détient pas de droit d'auteur sur l'ensemble de l'information qu'il produit (tableau 1).

Cependant, l'application de cette loi varie selon l'interprétation de chaque agence. Par exemple, les agences telles que NTIS qui doivent être financièrement autonomes appliquent un quasi-droit d'auteur (Kahin 1991) parce qu'elles exigent des redevances sur la diffusion ou la réutilisation de leurs bases de données (par exemple, en 1992, CAN/OLE devait inclure 30 \$US de redevances à NTIS dans le prix chargé pour son interrogation (40 \$CAN + 30 \$US + 0.28 \$CAN par notice imprimée). Par contre, Environmental Protection Agency (EPA) avec TRI n'applique aucun droit d'auteur sur sa base de données et n'exige aucune redevance sur sa diffusion. Ainsi, une entreprise comme MEAD peut acheter la base de données sur bande magnétique chez NTIS ou GPO et la diffuser au prix qu'elle le désire. Ces deux exemples illustrent donc bien comment, en pratique, certaines agences agissent presque comme si elles avaient un droit d'auteur sur l'information (donc exercent un quasi-droit d'auteur), alors que d'autres respectent à la lettre l'esprit de la loi en ne réclamant aucune redevance.

La France détient un droit d'auteur sur toute son information, sauf sur l'information juridique (textes de lois, règlements, jugements, etc.) (Maisl et Pitrat 1988). Par exemple, toutes les bases de données organisées (c'est-à-dire ayant une certaine valeur ajoutée allant au-delà des données brutes sans classement ou analyse) et les index analytiques sont

couverts par le droit d'auteur (Maisl 1988; Schoettl 1988). D'ailleurs, il semble que pour les agences françaises, la diffusion électronique d'information soit une source importante de revenus grâce aux redevances reçues (Worlock 1987).

En Grande-Bretagne, le gouvernement détient un droit d'auteur sur toute l'information gouvernementale, incluant les lois (Statutes), produite sur quelque support que ce soit (Burkert 1992). D'ailleurs, HMSO, en tant que «Crown Copyright Holder», est responsable de l'application du droit d'auteur gouvernemental. HMSO essaie de trouver un compromis pour satisfaire deux objectifs parfois contradictoires, soit la diffusion de l'information gouvernementale au plus vaste public possible et le besoin de réaliser des profits sur la vente des produits et services en

6. Les répondants étaient: (1) NTIS: Dr. Joseph E. Clark, Deputy Director, NTIS et M. Walter Finch, Associate Director, Product Management and Acquisitions, NTIS, U.S. Department of Commerce, États-Unis; (2) pour TRI: M. Steven Newburg-Rinn, Chief, Public Data Branch, Office of Pollution Prevention and Toxics, Information Management Division, U.S. Environmental Protection Agency, États-Unis; (3) pour ICONOS: Mme Geneviève Dieuzeide, Chef, Service iconographique de la Documentation française, La Documentation française, France; (4) pour HMSO et UKOP: M. Peter Raggett, Bibliographic Manager, HMSO Books, Angleterre; (5) pour POLIS: Mme Jane Wainwright, Head, Computer and technical services, House of Commons Library, Angleterre; (6) pour LOVDATA: M. Trygve Harvold, Executive director, LOVDATA Foundation, Norvège.

7. Pour en savoir plus sur les politiques d'information canadiennes, voir Morton (1995), Morton et Zink (1991) et Nilsen (1994).

tant qu'agence gouvernementale autonome (Hamilton 1989). En ce qui concerne l'information juridique, HMSO retient ses droits d'auteur au cours d'une période initiale variant de trois à six mois. Après cette période, les organismes désireux de diffuser l'information juridique peuvent réutiliser et reproduire cette information, après avoir obtenu l'autorisation de HMSO et s'être entendus sur le dégageant de paiement des redevances (Hamilton 1989).

L'information légale et juridique norvégienne ne semble pas protégée par le droit d'auteur selon le représentant de LOVDATA, mais toute autre information gouvernementale demeure propriété du gouvernement: «*In general, we intend to maintain government ownership to government databases, which implies that private operators only may act as hosts and distribution agents for government information, and their charges should only cover operational costs*» (Lettre du 21 novembre 1991 de Ingunn Rasmussen Sorlie, Ministry of Consumer Affairs and Government Administration to Communications Canada, Dossier DAI 7035-3-1, International Licensing Issue). La base de données LOVDATA est donc protégée par le droit d'auteur parce qu'elle est diffusée par une entreprise privée. Notons cependant que LOVDATA détient des ententes exclusives avec certaines agences gouvernementales comme seul diffuseur d'information juridique.

En résumé les gouvernements de Grande-Bretagne, France et Norvège détiennent un droit d'auteur sur l'information qu'ils produisent (sauf sur l'information juridique en France et en Norvège). Quant

au gouvernement des États-Unis, il ne détient officiellement aucun droit d'auteur, bien qu'en pratique certaines de ses agences exercent un quasi-droit d'auteur.

Objectifs de diffusion

Plusieurs raisons peuvent motiver une agence à se lancer dans la diffusion électronique de son information. Les objectifs visés par une agence devraient influencer sur divers aspects tels que la tarification, l'accessibilité, la formation, etc. Nous nous sommes donc intéressés aux objectifs de diffusion des bases de données.

Quatre objectifs de diffusion électronique se dégagent de notre étude (tableau 2). L'objectif de diffusion pour une majorité de produits est d'informer le grand public. Ceci ne constitue cependant pas nécessairement l'objectif premier de diffusion. Le deuxième objectif de diffusion le plus cité est la génération de revenus. Ceci est vrai pour trois agences, NTIS, HMSO et LOVDATA qui doivent s'auto-financer.

Seule l'EPA répond à une exigence légale de diffusion en ligne, requérant spécifiquement la diffusion en ligne de TRI pour informer les citoyens américains dans l'esprit du droit de savoir (*Emergency Planning and Community Right-to-Know Act, Superfund Amendments and Reauthorization Act of 1986 - Title III, 42 U.S.C., 11001-11050, P.L. 99-499*). Quant à NTIS, elle a une exigence légale de créer un répertoire d'information scientifique et technique, mais non pas de diffuser, électroniquement ou autrement, la base de données NTIS (donc une exigence de

collecte, mais non de diffusion). La diffusion en ligne ou sur CD-ROM de NTIS est fortement motivée par la génération de revenus.

Les agences britanniques n'ont généralement aucune obligation légale de diffuser ou de rendre accessible leur information au grand public (Lewis and Martyn 1986). Ainsi la House of Commons Library a créé POLIS pour des besoins internes, mais l'a diffusée au grand public suite aux demandes des parlementaires. Quant à HMSO, l'objectif de diffusion de sa base de données en ligne est de faire la promotion des publications HMSO pour en augmenter les ventes. L'objectif du CD-ROM UKOP, d'autre part, est de générer des revenus supplémentaires par la vente du produit lui-même.

La promotion de l'industrie nationale de l'information électronique constitue le premier objectif de diffusion de la base de données LOVDATA, afin d'assurer une autonomie norvégienne en matière de diffusion électronique d'information juridique. Donc, la génération de revenus ne constitue pas la principale motivation de diffusion pour LOVDATA, bien que la Fondation LOVDATA doive générer des revenus de la diffusion de ses bases de données. Finalement, la base de données ICONOS a été créée pour permettre une meilleure diffusion du patrimoine iconographique français. Presque huit ans après le début de sa diffusion en ligne, ICONOS réoriente ses moyens de diffusion pour rejoindre un plus large public et avoir un meilleur rayonnement en France.

En résumé, informer le grand public et générer des revenus constituent les

Tableau 2. Objectifs de diffusion

PAYS	PRODUITS	EXIGENCE LÉGALE		INFORMER LE GRAND PUBLIC	SOURCE DE REVENUS	PROMOTION DE L'INDUSTRIE
		Oui	Non			
États-Unis	NTIS		x	x	x	
	TRI	x		x		
France	ICONOS		x	x		
	Grande-Bretagne					
Grande-Bretagne	HMSO		x		x	
	UKOP		x	x	x	
	POLIS		x	x		
Norvège	LOVDATA		x		x	x

deux principaux objectifs de diffusion. Ces deux objectifs peuvent être contradictoires: d'une part, on veut favoriser la diffusion au grand public de l'information colligée à partir de fonds publics, afin d'avoir des citoyens mieux informés; d'autre part, on veut générer des revenus en tarifiant l'accès à cette information diffusée. Cette apparente contradiction fait l'objet de nombreux débats, surtout aux États-Unis où divers groupes représentant notamment les citoyens, l'industrie de l'information, les bibliothécaires, font pression pour favoriser l'un ou l'autre des objectifs et surveillent les modes et ententes de diffusion négociés ou en cours de négociation par les agences. Le choix d'un serveur ou d'un distributeur, ainsi que l'entente négociée avec lui, constitue d'ailleurs un élément à la fois critique et fort délicat

dans tout ce processus. Nous nous sommes donc intéressés aux types d'entente de diffusion que nos répondants avaient choisis ainsi qu'aux modes de diffusion.

Ententes et modes de diffusion

Les ententes conclues avec les différents serveurs ou distributeurs de CD-ROM et les modes de diffusion choisis reflètent à la fois les objectifs de diffusion et les applications du droit d'auteur (tableau 3). Les différentes ententes ou contrats sont conclus tant avec des entreprises privées, à but lucratif ou non, qu'avec des agences gouvernementales. Les critères qui ont guidé les répondants dans leur choix d'un serveur ou d'un producteur de CD-ROM sont essentiellement: la complémentarité des bases de données déjà

offertes par le serveur ou le distributeur avec leur produit; la clientèle du serveur (par exemple, s'agit-il d'un serveur bien implanté, très utilisé?); la capacité du serveur ou du distributeur à recevoir un type particulier de base de données (par exemple, capacité à traiter du plein texte ou des graphiques); le coût qu'aurait à payer l'utilisateur pour accéder à la base de données et à un serveur officiellement choisi, désigné par le gouvernement (par exemple Télé systèmes Questel en France).

Soulignons que toutes les bases de données, en plus d'être diffusées en ligne, sont également disponibles sur d'autres supports tels que CD-ROM, bandes magnétiques, disquettes ou papier (tableau 3).

Tableau 3. Types d'ententes conclues et modes de diffusion choisis

PAYS	CAS	TYPES D'ENTENTES	TYPES D'ORGANISMES	N	MODE DE DIFFUSION	REDEVANCES	
États-Unis	NTIS	Location non exclusive	Privé à but lucratif	6	En ligne	Oui	
			Gouvernemental	4	En ligne	Oui	
			Privé à but lucratif	2	CD-ROM	Oui	
	TRI	Contrat non exclusif	Gouvernemental	1	En ligne	Non	
			Subvention	Privé à but non lucratif	1	En ligne	Non
			Aucune	Privé à but lucratif	1	En ligne	Non
Entente inter-agence			Gouvernemental	2	CD-ROM	Non	
		Bande magnétique		Non			
					Disquette	Non	
France	ICONOS	Licence non exclusive	Privé à but lucratif	1	En ligne	Oui	
Grande-Bretagne	HMSO	Licence non exclusive	Gouvernemental	1	En ligne	Oui	
			Privé à but lucratif	1	En ligne	Oui	
			Privé	1	En ligne	Oui	
	UKOP	1	Gouvernemental			CD-ROM	Partage des profits
			Privé à but lucratif				
	POLIS ²	Licence non exclusive avec exclusivité limitée à l'année	Privé à but lucratif	1	En ligne	Oui	
Norvège	LOVDATA	Propre serveur ³	Privé à but non lucratif	1	En ligne	Non	

1. Chadwyck-Healy et HMSO ont une licence non exclusive avec Online Computer Systems Ltd. pour la production du CD-ROM

2. La House of Commons Library a également un contrat de service (soit une entente de sept ans) pour la fourniture et la maintenance du support informatique de POLIS.

3. Le distributeur du CD-ROM est la Fondation LOVDATA qui paye des redevances au producteur et conserve les profits des ventes.

Trois des six agences (HMSO, NTIS et ICONOS) ont conclu des ententes non exclusives avec des serveurs ou des producteurs de CD-ROM. POLIS a une entente mixte, c'est-à-dire une entente non exclusive avec exclusivité temporaire pour la première année de l'entente. Cette entente va dans le sens des directives émises par le gouvernement britannique sur la diffusion des bases de données gouvernementales qui permet une entente exclusive temporaire (trois à cinq ans maximum) dans certaines circonstances précises (Department of Trade and Industry 1990).

Toutes ces ententes incluent le paiement de redevances. NTIS et HMSO, en tant qu'agences autonomes, récupèrent les revenus ainsi générés (par exemple le NTIS Act of 1988 a permis à NTIS de conserver ses revenus pour les investir dans ses infrastructures), alors que pour POLIS et ICONOS, les revenus retournent au fonds consolidé du gouvernement.

Seule l'EPA, avec sa base de données TRI, n'exige aucune redevance des diffuseurs ou des distributeurs dans l'esprit de diffusion maximale de sa base de données. De fait, l'EPA, par un contrat non exclusif avec une autre agence gouvernementale américaine, la National Library of Medicine (NLM), s'engage à payer la NLM pour diffuser la base de données TRI. Elle accorde également une subvention à un organisme à but non lucratif (the Right-to-Know Network) pour diffuser TRI. Elle fournit aussi ses données à deux agences

gouvernementales, NTIS et GPO, qui peuvent distribuer la base de données sur CD-ROM ou sur bande magnétique. Tout serveur privé ou public peut acheter la base de données à l'une de ces agences et la diffuser sans autre formalité. Enfin, l'EPA est le seul répondant à donner son CD-ROM aux bibliothèques de dépôt (ce qui fait que tout citoyen peut avoir accès gratuitement à TRI).

Seule la Fondation LOVDATA est à la fois producteur et serveur de ses bases de données et diffuseur de son CD-ROM. Elle conserve les profits faits sur les ventes de CD-ROM, mais doit payer à l'éditeur officiel d'Autriche, qui produit le CD-ROM, une redevance sur chaque copie vendue.

Les résultats indiquent que les répondants ont privilégié les ententes non exclusives ou à exclusivité partielle conclues avec des serveurs d'organismes gouvernementaux ou privés et que tous, sauf EPA avec TRI, reçoivent, directement ou indirectement, des redevances ou des profits de leur diffusion ou distribution. La diffusion en ligne semble le mode privilégié bien que le CD-ROM soit de plus en plus utilisé comme mode supplémentaire de diffusion. En 1992, au moment où les entrevues ont été faites, aucun répondant ne diffusait sa base de données par Internet. Les ententes et les modes de diffusion constituent donc une étape importante dans la démarche de diffusion électronique d'une base de données gouvernementale, comme l'indiqueront certains facteurs critiques de succès identifiés dans cette étude.

Formation des usagers

La formation est un volet fort important de l'activité de diffusion. La formation est essentielle pour donner aux usagers les outils nécessaires à l'exploitation d'une base de données. Les sessions de formation servent également d'outil de promotion pour la base de données puisqu'elles permettent de mieux faire connaître et apprécier le produit aux clients actuels et futurs.

Les répondants ont indiqué que les serveurs offrent rarement ou jamais de sessions de formation ciblées pour des bases de données particulières. Ils ne préparent pas non plus de matériel spécifique à la base, mis à part l'information générale préparée pour les manuels du serveur (ex. *Blue sheets* de Dialog). Une agence ne peut donc pas compter sur le serveur pour offrir une formation spécifique à sa base de données. Les agences produisent donc généralement elles-mêmes les outils, manuels ou sessions de formation, ou payent le serveur ou un tiers parti pour les produire (tableau 4). Par exemple, l'EPA a fait développer son manuel, à contrat, par la NLM et offre certaines sessions de formation, mais cela constitue une activité marginale. Cette situation a d'ailleurs été identifiée comme une faiblesse de la part du répondant. Finalement, cinq des six agences offrent également un service téléphonique d'aide à l'utilisateur.

Tableau 4. Outils de formation

CAS	PRODUCTEURS		DIFFUSEURS	
	Sessions de formation	Manuel	Sessions de formation	Manuel
NTIS	x	x		
TRI ¹	x			x ²
ICONOS ³	x	x	x	
HMSO				x
UKOP		x ⁴		x ⁴
LOVDATA	x	x ⁵		

1. TRI: le manque de formation à l'utilisation de TRI est une faiblesse avouée par le producteur.

2. TRI: manuel développé par la NLM et payé par Environmental Protection Agency

3. ICONOS: il s'agit ici de l'entente qui existait avec Télésystèmes/Questel.

4. UKOP: HMSO et Chawyck-Healy produisent et diffusent ce manuel.

5. La fondation LOVDATA est à la fois producteur et diffuseur de la base de données.

En résumé, les résultats indiquent que la formation des usagers à l'utilisation des bases de données est d'abord la responsabilité des producteurs de bases de données. Alors que les serveurs s'occupent de former leurs clients à l'interrogation de l'ensemble des bases de données, ils ne forment pas à l'utilisation spécifique d'un produit. Les répondants voient deux bénéfices à l'offre de formation: une meilleure utilisation des bases de données, et par ricochet une meilleure satisfaction des utilisateurs et une façon de promouvoir la base de données auprès des utilisateurs actuels et potentiels.

Étude de marché et promotion

Bien que toutes les agences disent avoir comme objectif de diffusion l'information du grand public ou un public spécialisé, aucune d'entre elles n'a effectué d'étude de marché détaillée pour connaître les besoins d'information des clientèles potentielles avant de produire et diffuser sa base de données (tableau 5). Ne pas faire d'étude de marché pour connaître les besoins d'information des gens, leur culture et leur comportement en matière d'in-

formation, peut compromettre l'objectif et même conduire à des situations critiques. Par exemple, la Fondation LOVDATA a été créée en 1981 sans qu'aucune étude ne soit menée sur les habitudes et les besoins informationnels des usagers potentiels, soit les avocats et autres personnes oeuvrant dans le domaine juridique en Norvège. Après coup, il s'est avéré que très peu d'entre eux possédaient les technologies et les expertises nécessaires pour faire de la recherche en ligne. La croissance du marché de la Fondation a donc été beaucoup plus lente que prévue. Cependant certaines agences ont mené des études partielles pour identifier les clientèles potentielles dans le cas de TRI, ou afin de connaître l'intérêt pour un produit dans le cas de UKOP.

Toutes les agences évaluent de façon ad hoc la satisfaction de leur clientèle à l'endroit de leur produit, par l'analyse des demandes et les commentaires reçus par les services téléphoniques d'aide à l'utilisateur, par des enquêtes par questionnaire sur un point précis, par des visites aux utilisateurs, par la formation, par des indicateurs tels que l'annulation

d'abonnements à des CD-ROM et par les commentaires reçus par les serveurs (tableau 5). Des répondants ont par ailleurs déploré que certains serveurs ne divulguent aucune information sur les caractéristiques des clientèles utilisant les bases de données, ce qui les empêche d'obtenir facilement un portrait de leur clientèle.

Les clientèles visées par les agences sont de trois types: le grand public, les intermédiaires, c'est-à-dire les bibliothécaires et autres spécialistes de l'information et les spécialistes tels que les chercheurs et les professionnels dans le domaine du droit, de la biologie et autres disciplines (tableau 5). La principale clientèle visée est cependant le grand public, à l'exception de LOVDATA qui vise une clientèle juridique essentiellement norvégienne.

Divers mécanismes de promotion sont utilisés pour atteindre ces diverses clientèles. Certaines agences, dont NTIS, HMSO et EPA, considèrent que pour mieux atteindre le grand public ainsi que le public spécialisé, il faut surtout cibler les

Tableau 5. Étude de marché et clientèle visée

PAYS	CAS	ÉTUDE DE MARCHÉ		CLIENTÈLE CIBLE
		INITIALE	COURANTE	
États-Unis	NTIS	Non	Analyse ad hoc	Intermédiaires Spécialisée Grand public
	TRI	Oui (partielle)	Analyse ad hoc	Grand public Intermédiaires Spécialisée
France	ICONOS	Non	Analyse ad hoc	Spécialisée Grand public
Grande-Bretagne	HMSO	Non	Analyse ad hoc	Intermédiaires Grand public
	UKOP	Oui (partielle)	Analyse ad hoc	Intermédiaires Grand public
	POLIS	Non	Analyse ad hoc	Grand public
Norvège	LOVDATA	Non	Analyse ad hoc	Spécialisée

bibliothécaires qui servent d'intermédiaires entre la base de données et l'utilisateur final. D'ailleurs, le moyen de promotion le plus utilisé est la présence de stands dans des congrès spécialisés en bibliothéconomie et sciences de l'information, (National Online Meeting, Special Libraries Association, American Library Association). La coordination des efforts de publicité, par exemple la parution d'annonces publicitaires dans la revue d'une association ou dans son programme de congrès et la présence d'un stand à ce même congrès, est une formule privilégiée et efficace de promotion.

Parmi les autres moyens de promotion utilisés, mentionnons l'envoi de brochures publicitaires aux bibliothécaires et libraires; la parution d'annonces publicitaires dans les revues ou journaux spécialisés; la publication d'analyse critique de la base de données (si elle est positive, elle sera réutilisée), le bouche à oreille et les sessions de formation.

Tout en constatant leur faiblesse à ce chapitre, les répondants ont insisté sur l'importance de la promotion qui devrait faire partie intégrante du processus de diffusion. Comme l'a constaté un représentant de l'EPA avec la base de données TRI, mettre une base de données à la disposition des gens sur différents types de support, gratuitement ou à coût minime, ne suffit pas. Elle ne sera utilisée que dans la mesure où les gens savent qu'elle existe et pour cela, il faut en faire une promotion dynamique. Cependant, plusieurs répondants ont déploré le fait que leur budget soit nettement insuffisant pour faire une promotion adéquate de leur produit. Notons que deux agences, HMSO et NTIS, ont du personnel spécialement dédié au marketing et à la vente du produit. Par exemple, 8% des effectifs de NTIS (soit quatre employés sur 50 affectés à la base de données elle-même) s'occupent du marketing et des ventes. Notons également que NTIS et HMSO doivent s'autofinancer. Quant à l'EPA, elle menait au moment de notre enquête un projet-pilote pour évaluer les meilleurs mécanismes de promotion de la base TRI en fonction de certains publics cibles. La seule agence qui juge ne pas avoir besoin de beaucoup de promotion est la Fondation LOVDATA, qui vise un public restreint et très bien ciblé, tout en détenant un

monopole sur la diffusion électronique de l'information juridique norvégienne.

Plus le marché visé est vaste et non spécialisé, plus les mécanismes de promotion doivent être variés et appropriés aux différentes clientèles visées. L'idée de cibler le marché des bibliothécaires pour atteindre le grand public est sans doute une première stratégie adéquate. Rappelons que lorsque le CD-ROM est apparu, les producteurs et distributeurs de bases de données visaient le grand public comme clientèle principale. Ils ont cependant vite réalisé que le marché cible n'était pas l'utilisateur final, mais bien le bibliothécaire que ce grand public consulte. D'ailleurs, une part importante des clientèles tant du marché des bases de données en ligne que de celui des CD-ROM est constitué de bibliothécaires. Réaliser des études de marché et faire une promotion adéquate du produit sont donc des activités fort importantes, mais somme toute négligées de la part des producteurs.

Facteurs critiques de succès.

Créer et diffuser une banque de données est un travail complexe qui demande des ressources et une expertise considérables. Plusieurs facteurs concourent à son succès ou à son échec. Nous avons demandé aux répondants d'identifier les forces et les contraintes avec lesquelles ils avaient dû composer, les leçons apprises et ce qu'ils considéraient être les facteurs déterminants de succès. Nous avons ainsi dégagé sept facteurs jugés les plus importants dans la diffusion électronique d'une base de données gouvernementale: (1) la qualité du produit, (2) les limites technologiques, (3) le choix du serveur ou du distributeur du CD-ROM, (4) les services à l'utilisateur et la promotion, (5) le coût pour l'utilisateur, (6) les aspects organisationnels et (7) les aspects législatifs.

La qualité du produit

Le premier facteur de succès, et peut-être le seul qui fasse l'unanimité, est la qualité du produit. Les critères de qualité identifiés par nos répondants sont: la pertinence (l'à-propos du sujet couvert), l'originalité du produit, l'exhaustivité du contenu de la base, la masse critique

d'information (importance de la base au double point de vue quantitatif et qualitatif), la validité, la fiabilité et l'exactitude de l'information (le plus difficile à réaliser), la qualité du traitement descriptif et analytique, la couverture géographique appropriée, la longévité du produit (témoigne de son sérieux, les gens s'y habituent, etc.), l'adéquation entre le type de base de données et l'information diffusée (ex. données bibliographiques, plein texte, etc.).

La qualité du produit est essentielle pour le faire accepter comme source crédible par les clientèles visées. Cependant, développer un produit informationnel requiert une quantité importante de ressources en personnel qualifié dans la collecte et le traitement de l'information, en argent et en temps. Assurer le développement et le maintien d'un produit de qualité constitue à la fois l'un des problèmes majeurs identifiés par les répondants ainsi que le principal facteur déterminant de succès.

Les limites technologiques

Le deuxième facteur de succès porte sur les limites technologiques. D'une part, le moment choisi pour faire son entrée sur le marché en regard de la qualité et de la disponibilité des infrastructures et des équipements informatiques peut avoir un impact sur le succès du produit. Ainsi, les producteurs qui ont diffusé leur base de données au début des années 1970 ont dû faire face à des problèmes d'ordre technique et de télécommunications. Un autre obstacle technologique est l'écart existant parfois entre les possibilités offertes par les serveurs quant à la capacité de recherche et la nature de la base de données. Par exemple, jusqu'à récemment la plupart des serveurs supportaient presque exclusivement des bases de données bibliographiques, sans pouvoir accommoder des bases de données plein texte ou avec image. D'autre part, la rapide obsolescence des équipements et les coûts de remplacement et de modernisation requis pour rester sinon à l'avant-garde du moins à jour technologiquement, constituent un obstacle potentiel. L'introduction de nouveaux supports électroniques tels que le CD-ROM, entraîne également pour les producteurs des coûts initiaux de développement élevés et pour les utilisateurs des investissements en équipement.

Finalement, un aspect souvent négligé et pourtant fort important pour la réussite de la diffusion d'une base de données est le degré d'informatisation et d'habileté informationnelle (culture informatique et informationnelle) des clientèles visées. Si ces dernières n'ont pas de micro-ordinateurs, pas de lecteurs de CD-ROM, pas de connaissance minimale de l'utilisation de tels outils, le taux de pénétration du marché sera très lent. S'il est trop lent, le produit risque de ne pas survivre. À titre d'exemple, citons la stratégie du gouvernement français pour faire face à ce problème: le gouvernement a non seulement distribué gratuitement la *Bibliographie nationale de France* sur CD-ROM, mais également donné le poste de lecture de CD-ROM à toutes les bibliothèques universitaires de France. Non seulement le gouvernement a-t-il ainsi donné la capacité aux bibliothèques de consulter la bibliographie nationale, mais il a également ouvert la porte à la pénétration massive d'autres produits sur CD-ROM dans les bibliothèques universitaires françaises (Stratford et al. 1991). Mais en plus de la capacité technologique, l'utilisateur doit aussi avoir des habiletés informationnelles qui lui permettront d'utiliser les outils mis à sa disposition, tant au niveau du support que du contenu. C'est ici que la formation prend tout son sens, tant pour réduire la résistance au changement face à une nouvelle technologie que pour maximiser l'utilisation du produit.

Le choix du partenaire serveur ou du distributeur de CD-ROM

Choisir le serveur ou le distributeur du CD-ROM afin d'atteindre ses objectifs de diffusion est jugé essentiel par les répondants. Selon eux, les critères à considérer dans ce choix sont: la convivialité du langage d'interrogation. Si le mode d'utilisation est trop complexe, le produit ne sera pas utilisé - l'importance du serveur (plus le serveur est important et connu, plus il y a d'utilisateurs potentiels de la base de données qui le connaissent déjà et qui l'utilisent); - la complémentarité de la base de données avec les autres bases de données diffusées par le serveur (un ensemble de bases de données complémentaires à la sienne et disponibles chez un serveur peut ajouter de la valeur au produit. C'est le cas de TRI sur le système TOXNET de NLM); - la connais-

sance de la base par le serveur ou le distributeur (ceci est important afin de s'assurer que le serveur fasse bien connaître le produit à ses clients et oriente correctement les demandes de fourniture de produits primaires s'il y a lieu; - la connaissance du marché de l'industrie de l'information électronique par le partenaire serveur ou le distributeur (pour plusieurs répondants, le choix d'un partenaire devrait se faire en tenant compte de son expérience dans la production et la diffusion de produits électroniques d'information. En particulier, une bonne connaissance du marché est jugée essentielle); - l'éloignement physique (c'est-à-dire sur un autre continent) du producteur du CD-ROM (ce facteur a été signalé par un répondant qui a souligné que dans le cas de différends majeurs entre les parties, cet éloignement pourrait causer des problèmes importants).

Les services à l'utilisateur et la promotion

Le quatrième facteur déterminant de succès identifié touche les services à l'utilisateur et la promotion de la base. Des programmes de formation pertinents et adaptés aux clientèles sont essentiels, avec des manuels des bases de données et d'interrogation des serveurs et des CD-ROM de qualité.

La capacité de fournir les documents primaires est aussi vue comme un critère de succès. Parallèlement, le fait d'avoir le texte intégral dans une base de données semble en accroître la popularité. Finalement, une bonne connaissance des clientèles est jugée essentielle pour connaître les besoins informationnels de clientèles potentielles afin d'utiliser les mécanismes de diffusion et de promotion les plus appropriés pour les rejoindre.

Le coût pour l'utilisateur

Liée au choix du serveur ou du distributeur est la question du coût demandé à l'utilisateur pour interroger la base ou acquérir le CD-ROM. Il est généralement reconnu que le coût d'accès à l'information constitue une barrière importante à l'utilisation de l'information gouvernementale en ligne et notre étude le confirme. Les répondants ont convenu qu'il fallait demander un tarif raisonnable qui ne décourage pas l'utilisateur potentiel. Ce que

constitue un tarif raisonnable ne fait cependant pas consensus. Pour certains répondants, il faut tarifier en fonction de la valeur de la base de données sur le marché. Pour d'autres, il faut garder le prix le plus bas possible, en utilisant divers mécanismes de diffusion qui soient financièrement et technologiquement adaptés à divers types de clientèles.

Les aspects organisationnels

Les aspects organisationnels, surtout ceux qui touchent aux ressources, constituent le sixième facteur de succès. Ils incluent l'autonomie financière (récupération des revenus) et l'autonomie opérationnelle (être son propre serveur).

Le manque d'adéquation entre les ressources financières, humaines et matérielles et les objectifs visés constitue l'un des principaux problèmes rencontrés. Certains répondants voient dans l'autonomie financière une solution intéressante pour régler ce problème, puisqu'elle permet de réinvestir les profits dans l'agence pour développer de nouveaux produits et services et moderniser les équipements.

L'autonomie opérationnelle permet d'être indépendant de tout partenaire, de mieux contrôler la qualité de l'ensemble des services de diffusion et de développer à l'interne une expertise unique. Cependant, cette stratégie, choisie uniquement par LOVDATA, est loin de faire l'unanimité, puisque pour certains répondants, c'est le contraire qui est vrai. Enfin, un répondant a indiqué qu'il fallait distinguer les clientèles internes (pour une base de données développée en fonction des besoins internes du gouvernement), des clientèles externes et réaliser que l'organisation desservant le mieux la clientèle interne n'est pas nécessairement la meilleure pour servir la clientèle externe. Il est à noter qu'au moment de notre étude, Internet était encore majoritairement utilisé par les universitaires. Il serait intéressant de voir si les agences considèrent maintenant que diffuser soi-même par Internet est devenu une option intéressante.

Parmi les facteurs opérationnels identifiés, citons: la disponibilité d'un budget de départ adéquat en fonction des objectifs

visés; la disponibilité d'un budget d'opération suffisant pour permettre entre autres la promotion et la formation; la disponibilité d'un nombre suffisant d'employés avec l'expertise requise dans le domaine de la création des bases de données (collecte, traitement, etc.) ainsi que dans la mécanique de négociation de contrat et de licence; la durée des contrats accordés (il faut privilégier les contrats de courte durée, vu la grande mouvance tant au point de vue technologique que commercial des serveurs); l'établissement d'un calendrier de production réaliste, compte tenu des ressources disponibles en regard des objectifs fixés et une haute direction qui comprend la complexité de l'opération (coût de production et diffusion, exigence de qualité, etc.) et qui accorde son appui total au projet.

Les aspects législatifs

Le septième facteur déterminant de succès est lié aux aspects législatifs. D'abord, le manque de politiques et de directives gouvernementales intégrées, diffusées, comprises et appliquées uniformément par toutes les agences demeure un obstacle important dans le cadre de leur activité de diffusion. Les aspects touchant le rôle du gouvernement dans la diffusion électronique de l'information, les coûts pour l'utilisateur ainsi que les mécanismes de diffusion appropriés ont été notamment mentionnés. Ces politiques, quand elles existent, ne sont toutefois pas toujours connues des producteurs.

Le fait d'avoir une loi qui reconnaît un statut d'agence autonome est perçu comme un atout majeur par les agences concernées. L'existence d'une loi qui oblige à diffuser électroniquement une base de données constitue un appui majeur à l'effort de diffusion électronique.

Pour la suite des choses

Bien que la méthodologie utilisée dans cette étude n'autorise pas la généralisation des observations à l'ensemble des producteurs et des diffuseurs d'information gouvernementale, et bien que le contexte de l'industrie de l'information électronique varie sensiblement d'un pays à l'autre, quelques constantes se dégagent des cas étudiés, notamment en ce

qui concerne les facteurs déterminants de succès.

Notre étude comporte certaines limites importantes. Un petit nombre de producteurs de bases de données ont été consultés. Pour obtenir une image complète de chaque cas, il aurait fallu interroger également les serveurs et les diffuseurs de la base et procéder à une enquête auprès des utilisateurs. La perception des producteurs d'une base de données est certes intéressante, mais celle des usagers et des diffuseurs peut être fort différente comme en témoignent, entre autres, les travaux de Herson and McClure (1988). De plus, cette étude présente un portrait réalisé en 1992, alors qu'Internet n'avait pas encore atteint la popularité qu'il connaît maintenant. Les technologies d'information changent rapidement. Mais nous croyons que les facteurs étudiés ici sont transposables quel que soit l'environnement technologique. Il faudrait cependant étudier l'impact d'Internet sur la diffusion de l'information gouvernementale, pour voir dans quelle mesure ce nouveau mode de diffusion modifie le portrait de la diffusion électronique de l'information gouvernementale dans les différents pays.

Malgré ses limites, nous croyons que notre étude peut être utile pour appuyer ou guider des démarches déjà entreprises au sein des gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux canadiens au moment où divers paliers de gouvernements et d'entreprises privées investissent ou s'appêtent à investir dans la diffusion électronique d'information gouvernementale par Internet ou par tout autre chemin de l'infornoute. Il faudrait compléter cette étude par une enquête auprès des agences productrices, des diffuseurs ou serveurs et utilisateurs d'information gouvernementale électronique au Canada pour obtenir un portrait d'ensemble de la situation⁸.

Il serait également utile d'entreprendre une étude comparative des politiques de diffusion électronique de l'information des gouvernements fédéral et provinciaux au Canada pour en étudier les disparités et les similarités afin de voir dans quelle mesure ces différences ou ces similitudes constituent un obstacle, ou non, à la diffusion électronique de l'information

gouvernementale et au développement d'une industrie québécoise et canadienne de l'information électronique. Il serait enfin fort utile de mettre sur pied un observatoire canadien du marché de l'information électronique, à l'image de l'Information Market Indicators aux États-Unis ou de l'Observatoire européen du marché de l'information, mis sur pied par la CEE «pour améliorer la connaissance statistique du marché communautaire de l'information et pour fournir à la commission des éléments susceptibles d'orienter son choix.» (Pitrat 1988, 20)

Finalement il faudrait étudier la place des bibliothécaires gouvernementaux dans le traitement de l'information gouvernementale en vue de sa diffusion. En tant que principaux spécialistes de la gestion de l'information dans les agences gouvernementales canadiennes, quels sont leurs rôles dans l'organisation de l'information, l'offre de diffusion et la formulation des politiques d'information gouvernementale? Du côté de l'accès, quels rôles jouent les bibliothécaires et les bibliothèques publiques, collégiales et universitaires pour faciliter aux citoyens l'accès à l'information gouvernementale. Par exemple, comment s'insère l'information gouvernementale disponible électroniquement dans le programme de dépôt des documents officiels? Quels rôles jouent les bibliothécaires dans l'établissement des politiques de diffusion de l'information? À l'heure où de plus en plus d'information gouvernementale est sur support électronique, dans un contexte de réduction de déficit et de génération de profit pour les agences gouvernementales, comment assurent-ils aux citoyens un accès équitable à cette information aux citoyens? Quelle est leur attitude face à l'information gouvernementale, en particulier face à l'accès électronique à cette information? Voilà plusieurs questions auxquelles il faudra donner réponse non seulement pour assurer mais pour maximiser l'accès à l'information gouvernementale dans un pays démocratique.

8. Morton (1995) et Nilsen (1994) ont examiné les politiques du gouvernement fédéral canadien en matière d'information électronique jusqu'au début des années 1990.

Sources citées

- ANRT/ADBS. 1991. *Répertoire des banques de données professionnelles*. Paris: Lavoisier.
- Brandon, P. et le Groupe de travail interministériel sur le soutien de l'industrie des bases de données. 1992. *Édition des bases de données: abécédaire à l'intention des gestionnaires gouvernementaux*. Sysnovators Ltée.
- Burkert, H. 1992. *The legal framework of public sector information: recent legal policy developments in EEC*: MIMÉO.
- Chadwyck-Healy, C. 1982. Commercial sources of non-conventional literature: the catalogue of British Official Publications not published by HMSO and Business and Government. *ASLIB Proceedings* 34 (11-12): 487-492.
- Le chiffre d'affaires de l'industrie électronique devrait atteindre \$10,8 milliards en 1991. 1991. *Infotecture*, n° 217 (31 janvier): 5.
- Cronin, B. 1987. Transatlantic perspectives on information policy: the search for regulatory realism. *Journal of Information Science* 13 (3): 129-138.
- Cuadra/Gale. 1991. *Directory of Databases* 12 (3/4).
- De Valence, F. 1992. L'envol du nouveau papyrus. *NTI (Nouvelles technologies de l'information)* 33 (5 février): 3.
- Deschatelets, Gilles et al. 1992. *Analyse des initiatives de diffusion de l'information gouvernementale (Projet INDIGO)*. Rapport final. Montréal: École de bibliothéconomie et des sciences de l'information, Université de Montréal. 206p.
- Great Britain. Department of Trade and Industry. 1990. *Government-held tradeable information: Guidelines for government departments in dealing with the private sector*. [London]: DTI.
- Hamilton, G., B. Morton and S.D. Zink. 1989. An interview with John A. Dole, Controller and Chief Executive, Her Majesty's Stationery Office. *Government Publications Review* 16 (1): 1-4.
- Hartley, J., A. Noonan and S. Metcalfe. 1987. *New electronic information services: An overview of the UK database industry in an international context*. Aldershot: Gower.
- Hernon, P. and C.R. McClure. 1988. *Federal information policies in the 1980's: Conflicts and issues*. Norwood: Ablex. 476p.
- Hernon, P. and C.R. McClure. 1992. Dissemination of U.S. government information in CD-ROM and other forms. *CD-ROM Professional* 5 (2): 67-71.
- Hirel, J.-C. 1983. L'action du Ministère de l'Industrie et de la recherche en matière de banques de données. *Bulletin d'information MIDIST* 2: 10-11.
- Horton, F. W. Jr. 1989. Information policy: disseminating government information: an open letter to OMB. *Information Management Review* 5 (1): 53-56.
- Hovik, J. (Leader TeleAddresser.) 1989. *Lettre envoyée à David Mulcaster, Acting Director General, Communications Development, le 26 juillet 1989*. Dossier DAI 7035-3-1.
- Johanson, M. 1989. Selling CD-ROM - the Scandinavian experience. In *Online information 89. Proceedings of the 13th International Meeting*. Medford, NJ: Learned Information Ltd., p. 195-200.
- Kahin, B. 1991. Information policy and the Internet: toward a public information infrastructure in the United States. *Government Publications Review* 18: 451-472.
- Lewis, D. A. and J. Martyn. 1986. An appraisal of National Information Policy in the United Kingdom. *ASLIB Proceedings* 38: 25-34.
- Maisl, H. et C.-M. Pitrat. 1988. Un dossier à ouvrir: la commercialisation des données administratives. *Droit de l'informatique & des télécoms* 4: 5.
- Malley, I. 1990. National and international imperatives of a UK national information policy. *ASLIB Proceedings* 42 (3): 89-95.
- Marcaccio, K. Y. (ed.) 1989. *Computer-Readable databases. A directory and data sourcebook*. 5th ed. Detroit: Gale Research.
- Le marché de l'information scientifique et technique: quelques données. 1991. *Infotecture* (6 mars 1991): 219.
- McClure, C. R. et al. 1990. *Federal information inventory/locator systems: From burden to benefit*. Syracuse: School of Information Studies, Syracuse University. 100p.
- Meyriat, J. 1986. La France a-t-elle une politique de l'information. *ASLIB Proceedings* 38 (67): 205-214.
- Morton, Bruce. 1995. Canadian federal government policy and Canada's electronic information industry. *Government Information Quarterly* 12(3): 251-295.
- Morton, Bruce and Steven D. Zink. 1991. Contemporary Canadian federal information policy. *Canadian Public Administration/ Administration publique du Canada* 34(2): 312-338.
- Nilsen, Kirsti. 1994. Government information policy in Canada. *Government Information Quarterly* 11(2): 191-209.
- Nora, Simon et Alain Minc. (1978). *L'informatisation de la société: rapport à M. le Président de la République*. Paris: La Documentation française, 163p.
- Pitrat, C.-M. 1988. Une offensive de la CEE: des recommandations pour l'ouverture des fichiers publics. *Droit de l'informatique & des télécoms* 4: 18-20.
- Savignon, I. 1988. De la mise à disposition du secteur privé des données publiques=Providing public data to the private sector. *Computer & Telecoms Law Review* 4: 20-21.
- Schoettl, J.-E. 1988. L'administration dispose-t-elle d'un droit d'auteur? *Droit de l'informatique et des télécoms* 4: 6-17.
- Stratford, J.S., J. Stratford, J. and S. Zink. 1991. Applying an «entrepreneurial attitude» to the dissemination of government information. An interview with Sir Charles Chadwyck-Healey, Chairman of the Chadwyck-Healey Publishing Group. *Government Publications Review* 18 (2): 123-136.
- Turner, W. A. et Y. Le Coadic. 1991. Le marché de l'information électronique en Grande-Bretagne et en France: rapport entre secteurs public et privé. *Documentaliste* 28 (2): 67-71.
- U.S. Office of Management and Budget. 1994. *Management of federal information resources. Revision of Office of Management and Budget Circular No. A-130, Transmittal 2*. Federal Register 59 (141): 37906-37928.
- U.S. Office of Technology Assessment. 1988. *Informing the Nation. Federal information dissemination in an electronic age*. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office. 333p.
- Williams, M. E. 1989. Highlights of the online database industry: Have ten years gone by? In *National Online Meeting Proceedings 1989*. New York, Medford, NJ: Learned Information, Inc., p.1-4.
- Williams, M.E. 1995. *The State of databases today: 1995*. Gale Directory of Databases. Detroit: Gale Research, p. xvii-xxix.
- Worlock, D. 1987. Information policy progress: a UK EEC update. *ASLIB Proceedings* 39 (6): 193-196.
- Yin, R.K. (1989). Case study research: design and method (Rev. ed.). Applied Social Research Methods Series 5. Newbury Park: Sage. 166p.