

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

The Future of The Economic Information

BUDA, Rodolphe

Université de Paris 10

1997

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/34879/>

MPRA Paper No. 34879, posted 21 Nov 2011 12:48 UTC

L'avenir de l'information économique ¹

*Rodolphe BUDA,
Université de Paris 10*

1997

L'avenir de l'information économique¹

La rapidité avec laquelle évoluent les technologies de la communication, conduit naturellement à s'interroger sur la pérennité de nos moyens actuels d'information [1]. A travers la question de l'avenir de l'information économique sur support papier, se profile non seulement la question la survie des magazines et de la presse économique, mais également de la forme que pourrait prendre la connaissance économique d'ici quelques décennies. Ce papier rend compte d'un débat sur cette question, débat qui réunissait Messieurs R.COURBIS, Professeur d'économie à l'Université de Paris X-Nanterre et Directeur d'un centre de prévision économique (le Groupe d'Analyse Macroéconomique Appliquée); L.FLEURY, DG-Adjoint d'Alcatel Espace et ancien P-DG de l'Agence France-Presse; M.MICHELSON, Journaliste spécialisé en finances, à l'Agence Reuter à Paris et, J.M.VITTORI, Rédacteur en Chef du magazine Challenges².

DÉLICATE À DÉFINIR

L'information qui revêt plusieurs aspects (technologique, commercial, événementiel...), demeure difficile à définir; c'est pour le moins une gageure (L.F.). Cependant on peut dire qu'elle intervient dans un processus analogique de décision humaine: "tout élément communiqué qui influence un processus de décision" (L.F.) ou comme aide à la décision et au diagnostic (R.C.). Naturellement, la presse joue un rôle prépondérant dans l'allo-

cation de cette information aux agents économiques. En particulier les agences de presse [2], qui n'ont pourtant pas vocation à travailler pour le grand public (L.F.), et qui sont constituées par le regroupement de journalistes en vue de recueillir le plus d'informations au moindre coût; les agences sont en quelque sorte la "grande distribution de l'information" (M.M.). Quant à la presse spécialisée, elle doit mettre en perspective l'information - ce qui suppose une formation adéquate des journalistes mais aussi du public (R.C.) -, lorsqu'elle n'est pas toujours déchiffrable pour le grand public, et autant que faire se peut, de la rendre agréable (J.M.V.). L'information économique est au coeur d'un vaste échange international³. Les offreurs d'informations économiques tant privés (notamment sociétés cotées en Bourse) que publics (institutionnels principalement), en sont même temps demandeurs. Les organismes institutionnels communiquent des informations pour rendre compte de l'action des gouvernants, mais aussi pour informer les agents privés (R.C.). Les entreprises privées communiquent des informations essentiellement parce que le marchés financiers les observent; elles tirent elles-mêmes des informations de leurs marchés, par l'intermédiaire des instituts de sondages qui font 95% de leur chiffre d'affaires sur des enquêtes commerciales (J.M.V.). Mais, l'information économique c'est aussi la connaissance économique "accumulée" par les chercheurs dans les revues scientifiques. Les délais de production étant assez longs, il s'est développé une "littérature grise" parallèle: les papiers de travail⁴. Ceux-ci se diffusent plus rapidement, sans les contraintes éditoriales habituelles (R.C.). Enfin, on peut considérer que l'information économique est, d'une certaine manière, intégrée

1. - Il s'agissait d'un débat organisé au Lycée Guy de Maupassant par les élèves de la Terminale STT-Action & Communication Administratives, qui s'est tenu le vendredi 21 mars 1997, à l'occasion de la huitième Semaine de la presse.

2. - Par la suite on mentionnera les noms des intervenants par les initiales de leurs noms: R.C., L.F., M.M. et J.M.V.

3. - Les agences Agence France-Presse, Reuter, Associated Press et ITAR-TASS sont internationales (L.F., M.M.).

4. - La diffusion est sur support papier, mais elle peut être également informatique, via Internet (R.C.).

au coeur de la théorie économique, notamment la théorie des anticipations rationnelles⁵ - laquelle postule que les agents forment collectivement des anticipations non biaisées de l'avenir économique. Toutefois, il y a parfois loin entre la théorie qui cherche à styliser les faits, et la réalité dans toute sa complexité (L.F.). Ainsi, l'observation empirique⁶ montre que les agents se trompent systématiquement dans leurs anticipations (R.C.).

SUPPORT D'INFORMATION ET ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

L'information économique n'est pas une abstraction ; il faut la coder et l'acheminer. La rapidité avec laquelle l'information est transmise, peut être stratégique. Pour les agences, il faut donner l'information brute (M.M.) aux clients médias⁷, cependant en rapportant les déclarations d'intention des hommes politiques, elles risquent de verser dans la presse d'opinion (L.F.). Pourtant l'économiste (R.C.) juge quant à lui, que les déclarations d'intention, sont parfois à un degré moindre, importantes pour les décideurs qui cherchent à s'informer. En tout état de cause, la rapidité de l'information est dictée par le marché. Le marché est certes imparfaitement informé (M.M.), mais il y a une rationalité collective qui veut que seuls survivent ceux qui s'y plient (L.F.). Rapidité de l'information rime alors avec accès exclusif (J.M.V.) et/ou le premier (M.M.) à l'information. Dès lors l'agent économique est devant un dilemme⁸ : analyser toute l'information disponible et risquer de prendre trop

tard sa décision, ou prendre sa décision rapidement et risquer de ne pas avoir pris en considération toutes les informations à sa disposition (R.C.) [3]. Mais la loi de la concurrence joue aussi sur la pertinence de diffusion de l'information. Si un agencier retient une information, ses confrères vont la transmettre à leur Desk. Pour autant sont elles toujours porteuses d'avenir (J.M.V.) ? Face au problème d'interprétation partielle (voire partielle) de l'information (R.C.), les professionnels exercent un filtrage quantitatif (le volume de dépêches par jour étant considérables) et qualitatif (ce que le journaliste estime être pertinent pour son lectorat) selon une grille de lecture journalistique (J.M.V.) - il n'y a pas de règle de tri, si ce n'est l'expérience des journalistes (M.M.). Le risque d'erreur ou de manipulation des agenciers existe⁹, et pour s'en prémunir, des règles existent telles que la vérification des sources (chaque source possède un degré propre de crédibilité) ou l'envoi d'une dépêche par deux journalistes différents (L.F.). Cependant, les problèmes existent parfois à la source même des informations, statistiques notamment - renforcé par la situation de quasi-monopole des instituts de statistiques¹⁰. Certains chiffres sont en effet parfois présentés uniquement pour servir le gouvernement en place (M.M. et R.C.), ou bien encore, il peut y avoir des problèmes de permanence des nomenclatures et de définitions statistiques¹¹. Le support papier pourrait alors servir à véhiculer les méthodes statistiques (R.C.).

5. - On aurait pu citer également les développements de la microéconomie pour lever l'hypothèse de transparence des marchés, dans le modèle de concurrence pure et parfaite.

6. - La science économique semble délaisser les méthodes empiriques au profit de schémas théoriques sophistiqués (R.C.).

7. - Encore que certains clients non médias soient intéressés par l'information brute (R.C.).

8. - En microéconomie on dit qu'il s'agit d'un optimum local et non d'un optimum global (R.C.).

9. - Il peut y avoir un effet phénomène de déformation de l'information initiales par "téléphone arabe" (M.M.).

10. - Car pour être riche, l'information est coûteuse et donc seul l'impôt peut la financer (R.C.).

11. - Les changements fréquents de nomenclatures statistiques sont faits sans qu'aucune cohérence avec les chiffres antérieurs ne soit toujours bien assurée. Si bien que quiconque veut se livrer à une analyse des séries statistiques, peut faire des erreurs d'interprétation, s'il ne prend garde au changement de nomenclature ou de définition (R.C.).

TECHNOLOGIE ET CONTENU DE L'INFORMATION ÉCONOMIQUE

La technologie se manifeste dans les modes d'acheminement de l'information, et dans le support proprement-dit - i.e. forme sous laquelle l'information est intelligible. Aujourd'hui toute la planète peut être informée simultanément par le satellite (M.M.). Paradoxalement, du fait de sa fréquence de parution (hebdomadaire, mensuelle), la presse spécialisée doit surtout anticiper les événements porteurs d'avenir (J.M.V.). On doit cependant constater que la technologie tend à supprimer les contraintes¹² éditoriales de place. Avec InterNet il devient possible pour l'émetteur médiatique de diffuser toutes les informations, et au récepteur particulier de les trier selon ses critères propres (L.F.). Cependant les modes analogiques de perceptions humaines laissent encore une place au support papier, liée au plaisir de lecture (J.M.V.), ou au besoin de vagabondage intellectuelle pour s'évader des sujets spécialisés (R.C.). Les investissements technologiques ne devraient pourtant pas entraîner de contrainte en matière de diffusion de l'information économique (L.F.). Il est également peu probable que les magazines cessent d'être diffusés sous forme papier¹³, chacun ayant ses habitudes de lecture que les autres supports ne permettent pas (encore) de satisfaire (J.M.V.). En ce qui concerne les banques de données informatiques, la France a pris un sérieux retard. En dehors du Minitel, dont les performances techniques ne permettent pas d'en faire un outil de collecte systématique de séries statistiques, il n'existe pas de moyen de recevoir des données factuelles en temps réel

- comme c'est actuellement le cas aux Etats-Unis. Par ailleurs, certains agents souhaiteraient disposer de l'information économique brute et de son analyse (R.C.) Au terme de cette réflexion, il est impossible de répondre avec certitude à la question de l'avenir de l'information économique sur support papier. La trajectoire de la technologie crée et détruit des métiers, des emplois (R.C.), et la nature humaine s'accommode de ses changements avec une relative constance. Il est probable que l'on assiste à un renforcement de la spécialisation éditoriale (tout support confondus), avec peut-être une forme de cohabitation de différents supports de communication économique, mais selon quelle proportion ?

RÉFÉRENCES

- [1] Cahiers français, (1988), *L'information économique*, Paris, La documentation française, 72 p.
- [2] Mathien M. & Conso C., (1997), *Les Agences de presse internationale*, Paris, PUF, Coll. Que sais-je ?, 3231, 125 p.
- [3] Stigler G.J., (1961), "The Economics of Information", *The Journal of Political Economy*, 69(3), June, pp.213-225.

Rodolphe BUDA

Professeur d'économie et de gestion administrative

12. - Un journal télévisé doit limiter le nombre d'informations pour tenir dans un laps de temps bien défini (L.F.).

13. - On peut toutefois se demander si un jour nos imprimantes domestiques n'éditeront pas les journaux auxquels nous serons abonnés. L'éditeur n'ayant plus qu'à envoyer le message par la ligne téléphonique.