

**Observations
sur le manque de méthode
dans la recherche sur internet.**

**Pascal Frion
Mars 2004**

Sommaire

- I Internet est très présent dans la recherche d'information
- II Les internautes manquent de méthode
- III Pourquoi ce manque de méthode ?
- IV Que faudrait-il faire pour s'améliorer ?
- V Les gains à en attendre
- VI Conclusion

Introduction

La pratique professionnelle d'internet est désormais généralisée en France. L'immense majorité des organisations possède une connexion internet aujourd'hui. Une estimation du Sessi¹ laisse à penser que 95% des entreprises industrielles de plus de 20 salariés (hors industrie agroalimentaire) possèdent une connexion internet. Pour les organisations de moins de 20 salariés, le pourcentage doit être plus faible mais sa progression est régulière. Les organisations publiques ne sont pas en reste non plus, le journal officiel va même devenir exclusivement numérique dans quelques temps ! Quant aux particuliers, nombreux sont les jeunes seniors qui s'équipent en informatique à l'occasion de la retraite, afin d'utiliser internet.

Les principaux usages sur internet sont à ce jour² :

1. la messagerie ;
2. la recherche d'information ;
3. la création de site web ;
4. le commerce électronique.

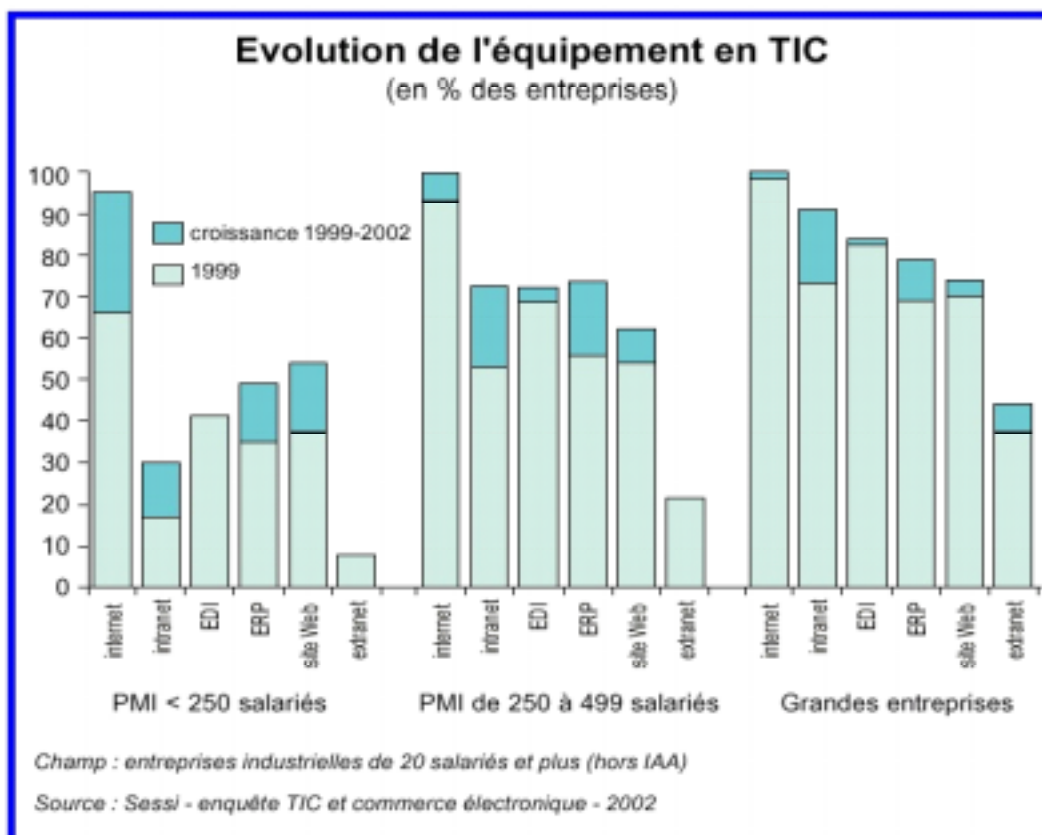
Si la messagerie répond à un usage bien assimilé de la missive écrite ou tapée, puis envoyée par la poste ou par fax, il n'en est pas encore de même pour la recherche d'information. Notre histoire récente de la recherche d'information nous laisse une pratique moins abondante que la correspondance écrite. L'objet de cette étude est de présenter des observations sur les méthodes de recherche d'information sur internet et d'envisager l'avenir à 5 ou 10 ans dans ce domaine.

¹ Le Sessi a publié un « 4 pages » sur les Tic dans les entreprises en décembre 2003 (n°184)

² dans une étude réalisée par Synapse (le premier observatoire régional de la société de l'information) dans la région des Pays de la Loire en 2003, les internautes ligériens utilisent le courrier électronique à 67%, différentes recherches (entre 50 et 60%) et des achats en ligne (23%).

I - Internet est très présent dans la recherche d'information

Le « 4 pages » du Sessi n° 184 de décembre 2003 sur les Tic, montre que les entreprises de plus de 20 salariés ont désormais intégré internet. Il est même fréquent de rencontrer - parmi l'encadrement supérieur et intermédiaire - des internautes qui cherchent de l'information sur internet une heure par jour en moyenne. Les entreprises industrielles (hors agroalimentaires) de 20 à 150 salariés sont passées de 65% à 95% de taux d'équipement internet sur la période 1999-2002. En ce qui concerne les entreprises de moins de 20 salariés (TPE, petites PME-PMI, artisans, exploitants agricole, professions libérales...) l'intégration d'internet et les usages sont souvent moins nombreux, mais progressent de manière distincte et régulière.



De nombreuses entreprises et organisations publiques ont même transféré des usages de recherche d'information sur internet et ont atteint pour certaines, un point de non retour. Le centre de documentation a été supprimé récemment dans certaines entreprises et dans certains organismes. En supprimant le centre de ressources physique pour décentraliser la recherche d'information quasiment exclusivement sur internet, une étape a été franchie dans l'impact d'internet dans la recherche d'information. La génération des personnes nées après 1975, qui arrive dans les entreprises actuellement, est utilisatrice d'internet depuis plusieurs années et il est à remarquer la place prépondérante du World Wide Web (le Web) dans leurs recherches d'information.

Certains étudiants en thèse en sont même arrivés à tout miser sur internet. Par manque de moyen financier pour se déplacer à l'étranger et y rencontrer des experts mondiaux, certains thésards se limitent à internet, du fait que ces experts publient régulièrement des avancées sur la toile. Ces étudiants en occultent même de contacter (par messagerie internet « gratuite » par exemple) ces mêmes experts mondiaux par peur de les déranger et de ne pas recevoir davantage d'information de leur part. Si la pratique de la recherche d'information se généralise rapidement, nos méthodes n'évoluent pas à la même vitesse.

L'immense majorité des internautes français manque de méthode, dans la recherche d'information sur internet, comme nous allons le démontrer au chapitre suivant.

II – Les internautes manquent de méthode

Prenons quelques instants pour réaliser une introspection de nos pratiques de recherches d'information. De cette auto-évaluation doivent surgir des pistes de progrès.

Hier, avant internet, l'information n'était pas présente en aussi grande quantité que celle que nous côtoyons aujourd'hui. Ainsi, pour chercher une information, lorsqu'internet n'était qu'une promesse, la recherche d'information s'effectuait de la manière suivante.

LES SOURCES D'INFORMATION UTILISEES ...	Régulièrement	Occasionnellement
Contacts personnels et professionnels	65,6%	22,2%
Spécialistes (labo., centre technique, etc)	40,6%	36,9%
Syndicats professionnels	32,2%	33,9%
Organismes publics français	30,3%	48,3%
Cabinets conseil	12,2%	40,6%
Service d'Ambassade	8,9%	37,2%
Organismes étrangers	8,3%	12,2%
Courtiers en information	4,2%	10,6%

Source : Adit 1996

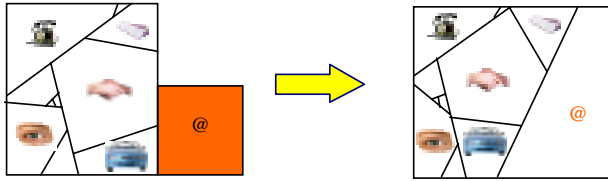
Notre souci principal était l'accès à l'information. La bonne vieille recette de demander directement à un ami ou à un collègue était de mise et l'apparition récente d'internet ainsi que son usage intensif nous a largement déroutés de cette pratique. Notre recherche d'information est désormais plus solitaire et tributaire des méthodes et techniques de chacun. De tous temps, certains chercheurs d'information ont obtenu de meilleurs résultats que d'autres chercheurs, grâce à leur flair, à leur logique, à leur méthode, à leurs réseaux, à leurs moyens, à leur chance... Aujourd'hui, en donnant accès à ce bel outil technique qu'est internet, il est implicitement attendu que chacun s'en serve dans un usage professionnel, avec une maturité d'utilisation forte.

Or, internet est un nouveau moyen de transmission de l'information. Au regard du cycle de vie du produit « internet » - qui à ce jour nous paraît présent dans notre travail pour toujours - nous sommes encore dans la phase d'appropriation de l'évolution technologique. Il faut d'ailleurs savoir que de nombreux professionnels souhaitent utiliser internet, alors qu'ils ont une faible expérience de l'informatique en général. Ainsi, à plusieurs reprises nous a-t-on sollicités pour organiser des modules de formation à l'informatique, avant de parler d'internet. Les étapes qui partent du carton de l'ordinateur qu'il faut déballer chez soi tout seul, jusqu'aux étapes du surf sur internet sont pavées d'embûches pour une personne qui a peu utilisé l'informatique...


Internet a d'abord créé un nouvel espace de transmission d'information (le carré orange à gauche sur le schéma ci-dessous) et il commence à prendre sa place parmi

les autres moyens de transmission d'information que sont le téléphone, les déplacements physiques, le courrier postal³...

Internet et les autres moyens de transmission d'information



Internet a créé un nouvel espace de transmission d'information.
Il prend des parts de marché, mais ne fait pas disparaître les autres moyens de transmission de l'information.
Il faut raisonner en terme d'intermodalité des moyens de transmission et savoir passer de l'un à l'autre selon les situations et les usages.

[Se connecter à internet](#) 

Actuellement nous n'en sommes qu'à la découverte d'internet pour la recherche d'information. Ses avantages et ses inconvénients, ses qualités et ses excès, sont autant de notions à assimiler pour passer par cette étape d'appropriation qui casse nos anciennes pratiques et qui reconstruit de nouveaux usages.

Une leçon est d'ores et déjà à tirer de ce nouveau moyen de transmission d'information. En se référant à l'apparition successive des différents moyens de transmission d'information, aucun nouveau moyen de transmission d'information ne fait disparaître complètement un ou plusieurs autres moyens plus anciens. Tout au plus, chaque nouveau moyen de transmission de l'information se fait une place dans le paysage et il se produit une redistribution de parts de marché des moyens de transmission. Depuis des siècles, à chaque fois qu'il y a un nouveau moyen de transmission de l'information, les autres outils sont passagèrement délaissés car considérés comme moins appropriés. Ensuite, chaque moyen de transmission de l'information trouve ses usages et occupe le terrain avec des parts de marché différentes. Pourquoi serait-ce différent cette fois-ci ?

Ainsi, la mort du livre était annoncée à cause de l'ordinateur portable connecté à internet. C'était oublier que le livre est léger, de format pratique, qu'il ne nécessite pas de phase d'allumage et qu'il est par bien des critères, adapté à nos vies nomades. Nos procédés d'information et de veille doivent donc tenir compte de l'évolution des canaux d'information, sans pour autant, tout miser sur internet.

Certaines bonnes vieilles méthodes ne sont pas mortes. Par exemple, n'oublions pas les livres de référence et les encyclopédies. Il est une situation bizarre qui crédite les nouveaux supports d'information comme internet d'une qualité supérieure aux

³ Tiré du livre « Accompagnement au traitement de l'information essentielle : la veille et la gestion de l'information pour les PME-PMI » de Pascal Frion, Arn éditions, 2003
(voir www.acrie.fr)

médias traditionnels. Une dépendance structurelle des technologies à la mode nous envahit, au point de rentrer dans un cercle vicieux. Il est courant de parler de l'intermodalité des moyens de transports, il faut aussi considérer le passage d'un moyen de transmission de l'information à un autre : l'intermodalité des moyens de transmission de l'information.

Si internet s'est généralisé ces dernières années, les pratiques de recherche d'information n'ont pas évolué de manière notable. Ainsi, depuis le programme « 1000 acteurs d'entreprises sur internet⁴ », en 1999-2000, après plusieurs centaines de personnes formées à la recherche d'information sur internet depuis 1999, la méthode des internautes reste toujours aussi peu développée. L'internaute occasionnel n'a pratiquement pas amélioré sa méthode de recherche depuis cette date !

Le rapport Yolin⁵, du nom de son auteur principal, évoque environ à 40 reprises le terme de « méthode » pour les sujets liés au cryptage, aux activités commerciales, etc. mais n'évoque pas de manière étendue les « méthodes de recherche d'information » dans les 381 pages de la version du rapport 2003. Espérons que les usages des internautes en matière de méthodes de recherche soient davantage étudiées, pour en retirer des apprentissages qui nous feront basculer de la découverte d'internet à une utilisation plus optimale.

Le profil type de l'internaute chercheur d'information

Aujourd'hui, il y a un consensus assez fort chez les professionnels de l'accompagnement des organisations, pour dépeindre le profil type du chercheur d'information sur internet de la manière suivante :

- ☂ c'est un autodidacte dans la recherche d'information ;
- ☂ il prépare peu ses requêtes avant d'allumer son ordinateur ;
- ☂ il utilise entre 1 et 2 mot(s) par requête ;
- ☂ il fait peu de distinction entre un bandeau d'adresse et un bandeau de recherche ;
- ☂ il fait peu de distinction entre les types d'outils ;
- ☂ il utilise principalement des outils gratuits ;
- ☂ il perçoit mal la notion de web invisible ou profond ;
- ☂ il valorise souvent la rapidité de l'outil par rapport à ses autres qualités et défauts ;
- ☂ il utilise de manière superficielle les outils de recherche, sans se préoccuper de la recherche avancée ;
- ☂ il utilise jusqu'à 2 opérateurs logiques, et reste sur les plus simples ;
- ☂ il travaille sur internet sans politique globale dans son organisation ;
- ☂ il relativise peu l'intérêt d'internet dans une recherche multi-supports...

Enfin, l'utilisateur occasionnel n'a pas conscience - ou ne veut pas reconnaître - que, s'il possède quelques techniques, il ne possède généralement pas de véritable

⁴ mis sur pied par la Drire des Pays de la Loire et animé par la Cci de Nantes-Saint-Nazaire

⁵ voir www.yolin.net

méthode. A titre d'illustration, de nombreux seniors arrivant en retraite s'informent pour installer internet à la maison, puis renoncent avant l'acte d'achat, pour la simple et bonne raison qu'ils « ne savent pas s'en servir ».

Le palmarès des outils gratuits

Il y a une sorte de pensée unique sur internet qui valorise la rapidité d'affichage des pages et la quantité de réponses obtenues. Ainsi le moteur de recherche Google⁶ est premier au palmarès des outils préférés des français.

Le palmarès des outils de recherche



Rang	Outils de recherche	Trafic généré
1	Google	56 % - 66,8 %
2	Yahoo France	14 % - 10,54 %
3	Voilà	12 % - 89,04 %
4	Msn	7 % - 5,36 %
5	Aol	5 % - 3,36 %
6	Lycos	2 % - 0,9 %
7	Altavista	0,82 %
8	Nomade	1 % - 0,78 %
9	Netscape	0,5 % - 0,44 %
10	Club-internet	0,43 %

Source : <http://www.secrets2moteurs.com>
 baromètre 1ere-position / Xiti | Sommaire général | Sommaire I | < >
 chiffres de jan 2003 - déc 2003

L'attractivité de Google tient à plusieurs atouts dont voici les principaux :

- la rapidité de l'affichage des résultats ;
- l'absence de publicité (parfois longue à charger) ;
- la quantité impressionnante d'information obtenue⁷ ;
- la pertinence due à l'indexation sur un mode « démocratique⁸ » ;
- la simplicité d'utilisation grâce à un bandeau de recherche unique en première page...

Le palmarès des mots clefs les plus utilisés

Comme il y a un palmarès des outils de recherche, il en va de même pour les mots-clés. Il y a un palmarès des mots clés les plus utilisés sur certains outils de recherche⁹. Pour la France en 2003, à partir de Lycos¹⁰, les 15 premiers mots les plus fréquemment demandés ont été les suivants.

1	Caramail
2	Sexe

⁶ voir et tester www.google.com

⁷ « Googol » est un terme mathématique représentant 10 puissance 100

⁸ plus il y a de visites sur un site, meilleur sera son classement

⁹ Comparer les 100 mots-clefs les plus utilisés en 2003 en France sur Lycos.fr et aux Usa sur Lycos.com, il s'en dégagerait presque une analyse sociétale...

¹⁰ voir et tester www.lycos.fr

3	Chat
4	Google
5	Meteo
6	pages jaunes
7	Anpe
8	Horoscope
9	Voissa
10	Kazaa
11	Mp3
12	SnCF
13	sexe gratuit
14	Divx
15	Emploi

Il est clair que l'internaute français qui va taper un mot sur Lycos ne semble pas avoir un objectif professionnel clairement identifié. En allant plus loin dans ce constat, sur le lieu de travail, les internautes s'aventurent parfois à rechercher des informations qui n'ont rien à voir avec le travail attendu. Certains chiffres laisseraient à penser qu'un tiers du temps passé sur internet n'a pas pour vocation le travail. Certains jeunes professionnels entre 25 et 30 ans, ne possèdent ni ligne téléphonique fixe ni ordinateur à la maison : ils utilisent internet au bureau, pour des usages professionnels et parfois non professionnels. Il est alors facile de comprendre pourquoi certaines organisations bloquent le développement d'internet afin d'éviter la recherche d'information « déplacée ». Cette réticence naturelle limite d'autant la recherche d'information pertinente et met l'accent sur l'aspect « répressif » alors qu'il serait possible d'envisager d'aborder internet par un aspect « préventif » et « pédagogique ».

Une estimation du temps perdu

Une estimation du temps perdu dans les recherches d'informations dans les organisations publiques, para-publiques, privées et dans les formations supérieures¹¹, montre que les chiffres sont importants.

Pourcentage moyen de temps perdu sans formation aux méthodes			
1 h/jour	2,5 h/semaine	10 h/mois	20 h/an
35%	50%	60%	70%

En effet les internautes n'ont pas encore pris suffisamment en compte le caractère technique de ce nouvel outil, en n'attendant – un peu rapidement – à un usage basique de premier niveau.

La myopie ou les illusions de l'internaute

Comment est-ce possible qu'aujourd'hui, alors que la durée du temps de travail diminue, nous perdions du temps de manière conséquente et répétée sur certaines pratiques telles que la recherche d'information sur internet ?

¹¹ références à des formations dispensées par l'auteur auprès d'organisations telles que ministère, Institut Régional d'Administration, comité d'expansion, mairies, institutions consulaires, tpe, pme-pmi, grands groupes, clubs de séniors, écoles de commerce, écoles d'ingénieurs, bac + 5 en intelligence économique...

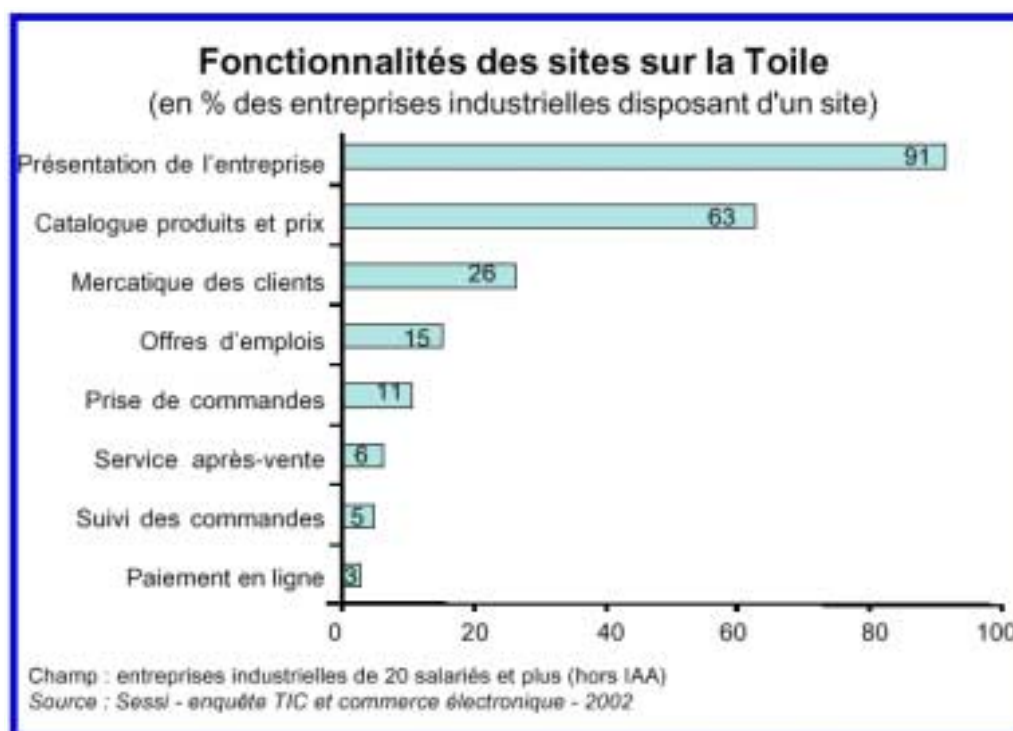
Il existe une certaine myopie chez les internautes chercheurs d'information. Les idées suivantes sont fausses mais fréquemment rencontrées :

- 👤 les outils sont tous pareils ;
- 👤 deux mots sur n'importe quel outil de recherche apportent déjà de nombreux résultats alors pourquoi tester d'autres outils et s'embêter à faire des questions plus complexes ;
- 👤 une requête sur n'importe quel outil de recherche couvre tout le web¹² ;
- 👤 les résultats se valent d'un outil de recherche à l'autre ;
- 👤 la convergence des Ntic est « totale » et se concentre naturellement sur internet...

Cette myopie est dangereuse car elle occulte le mode d'apprentissage des internautes.

Que trouvons-nous sur internet ?

Le « 4 pages » du Sessi n° 185 de décembre 2003 sur le Commerce électronique dans l'industrie, montre les principales fonctionnalités des sites sur la toile.



L'information aujourd'hui disponible sur le web de surface (sans restriction) mise à disposition par des entreprises (et non pas via des sites personnels) concerne donc des éléments principalement descriptifs, de premier niveau. Hors pour travailler au quotidien, ce genre d'information ne suffit pas.

Après avoir observé le manque de méthode, essayons de voir maintenant les raisons de ce manque.

¹² ceci est faux. Les outils de recherche ne couvrent qu'une petite partie du web accessible.

III - Pourquoi ce manque de méthode ?

Aujourd'hui, nous manquons de méthode pour la recherche sur internet. Ce constat s'explique facilement. Mais d'abord présentons quelques exemples de manque de méthode.

Exemples de manque de méthode

- ☛ Le temps de préparation d'une recherche est inexistant. La plupart des personnes considère qu'il est inutile de préparer une recherche, du fait de la facilité à faire marche arrière et à reconsidérer une recherche infructueuse par la suite ;
- ☛ le texte seul est un vecteur pauvre pour véhiculer de l'information. Pourquoi misons-nous presque toute notre surveillance sur ce vecteur ? D'autres vecteurs sont plus riches, comme l'image et le son, mais l'apparente facilité à manipuler du texte aveugle l'internaute ;
- ☛ certains hauts responsables du déploiement d'internet considèrent qu'une bonne recherche nécessite le moins de mot possible (ce qui restreint considérablement le spectre d'investigation en se raccrochant à la définition unique « du mot juste », sachant qu'il n'existe pas de dictionnaire officiel¹³)...

La mauvaise foi de certains internautes

De nombreuses personnes se disent adopter des comportements raisonnables et professionnels, mais ces résolutions ne sont souvent qu'une façade. En effet, à l'occasion d'un test de méthodologie en dix questions, la moyenne nationale est de 3 sur 10. Ainsi, une personne n'ayant pas éprouvé le besoin de se former, lorsque son triste bilan est réalisé et que le résultat est accepté comme une réalité à laquelle il faudrait remédier, l'internaute a parfois du mal à passer le cap et à se dire qu'il faut investir (si peu soit-il) dans une formation. Les vieux ressorts tels que « l'informatique de bureautique s'apprend tout seul » prennent le dessus. Après un affichage de professionnalisme, voici quelques argumentaires de personnes qui ne franchissent pas le cap de se former aux méthodes, dans la recherche d'information sur internet :

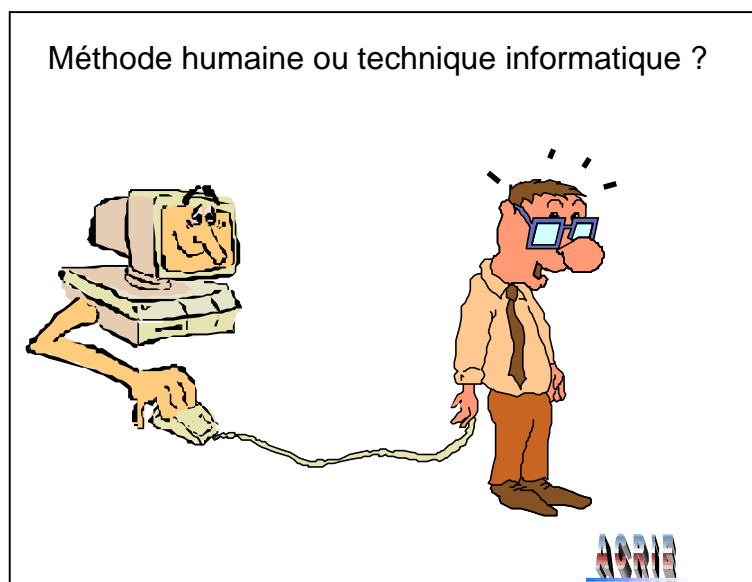
- ☹ « on ne se formera pas, car le dogme de cette année est : aucune dépense¹⁴ » ;
- ☹ « les formations informatiques faites par des informaticiens sont souvent difficiles à comprendre et éloignées des préoccupations des utilisateurs » ;
- ☹ « on a le haut débit, alors même si on ne trouve pas du premier coup, avec le temps, on arrive presque toujours à trouver quelque chose d'intéressant sur internet » ;
- ☹ « notre activité est si spécifique que nous faisons peu de recherches, nous consultons quelques sites internet que nous connaissons déjà » ;
- ☹ « moi, je suis prêt à faire l'effort de revoir mes façons de travailler, mais je le sais d'avance que mes collègues ne seront pas prêts à le faire »...

Derrière ces réponses parfois affligeantes, se cache souvent la reconnaissance de la non professionnalisation de l'usage d'internet pendant des années. Comment

¹³ Il n'existe pas de dictionnaire officiel. Seul le dictionnaire de l'Académie Française sur « l'usage de la langue française » pourrait être le plus officiel de nos dictionnaires lorsqu'il sera fini dans plusieurs années, mais à ce jour aucun dictionnaire français n'est « officiel ».

¹⁴ il y a souvent confusion entre « dépenser » et « investir ».

expliquer tout d'un coup, que jusqu'à hier, internet était un jeu d'enfants, et qu'à partir d'aujourd'hui, internet nécessite une formation de professionnels ? Ce paradoxe semble trop difficile à admettre pour des personnes qui refusent de reconnaître une situation de plus en plus criante. A ce jour, internet est un coût fixe (peu onéreux en terme de coûts visibles) qui laisse dans l'ombre des coûts cachés encore trop élevés dans bien des organisations.



La perte du goût de l'effort

Une raison sociétale explique en partie ce manque d'entrain pour les méthodes : la perte du goût de l'effort. Aujourd'hui, de nombreux pays riches semblent stagner (de manière relative) dans leur créativité historique pour profiter de leurs acquis et partager la richesse. Les citoyens revendiquent des droits comme jamais ils ne l'ont fait, au point d'en oublier que le partage n'est possible qu'à la condition qu'il y ait création de valeur. Ainsi, sur internet, un réflexe très présent est de se satisfaire d'une information existante mondialisée, accessible à chacun, sans intention forte de produire un effort pour créer un différentiel positif et créateur de valeur. A l'époque où les « clients » de l'information cultivent le désir des informations pré-digérées, il faut constater que nous perdons par ce fait, le goût de la chasse et la saveur des aliments.

L'étroitesse du marché de la formation à internet

Internet nous a été proposé comme un outil facile d'usage et très intuitif. Autant les anglo-saxons peuvent s'accommoder d'intuitions, autant les latins ont davantage de mal à être livrés à eux mêmes, sans méthode, sans principes et sans règles. La majorité des formations proposées est adaptée au monde anglo-saxon et moins au monde latin. Ainsi, peu de formations à internet ont connu un succès fantastique en France. De plus, il faut reconnaître que parmi les premières formations proposées pour se former à la recherche d'information sur internet, nous avons observé une approche essentiellement « manipulatoire et technique » et peu « méthodologique ». Ainsi, des présentations gratuites très connues telles que Giri, Risi, Sapristi, Ungi,

Cerise... semblent plutôt avoir pour objectif de transmettre un savoir, de présenter des adresses de sites web et de décrire les aspects techniques d'internet, que de faire réfléchir à une véritable méthode globale construite¹⁵. Les éléments de présentation de recherche d'information sur internet, ont davantage comme objectif d'offrir à l'internaute une tête « bien pleine » qu'une tête « bien faite ». Il est vrai qu'internet est d'une simplicité déconcertante pour visualiser des sujets attractifs et interactifs, qui occasionnent souvent une sorte d'anesthésie de l'intellect.

La littérature sur la recherche d'information sur internet

Les revues informatiques parlent rarement de méthodes. Les journaux informatiques ont comme modèle économique d'écrire un contenu différent d'un numéro à l'autre et ils n'ont pas pour objectif de pérenniser la publication de la méthode : ils font éventuellement un ou deux dossier(s) à l'année¹⁶ pour présenter les avancées dans la technique de recherche.

Des livres pédagogiques ont été rédigés à destination des écoles dès 1999 mais c'était un peu tôt¹⁷ et certains éditeurs n'ont pas habitude de rééditer un livre qui est déjà sorti par le passé.

D'autres livres se concentrent sur la présentation de sites web, réactualisés tous les ans, parfois couplés à un site web qui met à jour les adresses présentées dans le livre¹⁸. Il y a aussi des classiques comme « internet pour les nuls »...

Les livres techniques sur la recherche d'information, comme ceux des auteurs Reveli¹⁹, Samier²⁰ et Foenix-Riou²¹, ont tendance à se concentrer exclusivement sur internet et présentent les nouveaux outils et leurs aspects techniques souvent payants, en insistant peu sur les phases amont que sont :

- ↳ la place limitée d'internet dans la recherche d'information globale ;
- ↳ la préparation du questionnement stratégique et de plans de recherche ;
- ↳ le choix des modes de raisonnement pour traiter l'information obtenue ;
- ↳ le besoin en information de l'internaute ;
- ↳ le passage d'internet à une autre manière de chercher de l'information...

Le mode d'apprentissage de l'informatique jusqu'à aujourd'hui.

Jusqu'à aujourd'hui, de nombreuses personnes ont pu découvrir l'informatique par elles-mêmes, mais aujourd'hui, la palette de la bureautique est si large et les usages sont si variés qu'il devient nécessaire d'investir dans une formation informatique de qualité. D'ailleurs, la plupart des centres de formation après le bac commencent par une mise à niveau obligatoire en informatique (bureautique, et internet) en début de

15 Giri www.bibl.ulaval.ca/vitrine/giri/, Risi <http://urfist.univ-lyon1.fr/risi/risi.htm>, Sapristi <http://csidoc.insa-lyon1.fr/risi.risi.htm>, Ungi <http://guide.ungi.net>, Cerise <http://web.ccr.jussieu.fr/urfist/cerise/index.htm>

16 Notons par exemple la revue « bien utiliser internet : le guide pratique pour utiliser facilement internet » en vente en kiosque, et qui présente simplement un grand nombre de notions tous les mois, à acheter au prix de 2,90 € et à garder précieusement (100% des pages concernent le dossier du mois, sans publicité).

17 Chercher et trouver des informations sur Internet, rédigé par Emmanuel Blanc, Bouziane Fourka, Mathis Guille, Laszolo Vass et François Velin, Editions Galée.

18 Ainsi, Le guide des meilleurs sites web, aux éditions First Interactives, propose 5000 adresses de sites internet dans sa version 2003 (5ème édition).

19 Intelligence stratégique sur internet, Comment développer des activités de veille et d'intelligence économique sur le web : Moteurs de recherche - Réseaux d'experts - Agents intelligents, Dunod, 2000

20 la veille stratégique sur internet, Hermes-Sciences, Lavoisier, 2002

21 Guide et recherche sur internet: Outils et méthodes, ADBS, Nathan Université, 2002, et Recherche et veille sur le web visible et invisible, Agents intelligents, Annuaire sélectifs, Interfaces des grands serveurs, Portails thématiques, Tec & Doc, 2001

curus ! Par ailleurs, les nouveaux programmes LMD²² vont également proposer des certificats qui vont dans ce sens. Ces jeunes qui étaient nés avec un clavier dans les mains en ont besoin ! Un jeune diplômé qui arrive dans une entreprise ne sait généralement pas faire autant de choses simples sur son ordinateur que les salariés plus âgés qui l'ont accueillis. Par contre, ce jeune sait faire des choses très techniques avec un ordinateur, dont une partie servira bien l'entreprise dans laquelle il arrive.

La pratique de la bureautique jusqu'à aujourd'hui peut se stigmatiser de la manière suivante :

- suprématie de certains logiciels comme Word et Excel, présentés comme des logiciels simples et conviviaux, ne nécessitant pas de formation ;
- une « interface graphique » conviviale mondialement répandue du nom de Windows de Microsoft ;
- une sur-capacité technique des ordinateurs ;
- une sous-utilisation méthodique des outils logiciels ;
- un apprentissage progressif par les collègues et la famille ;
- une confiance à s'initier par soit même...

Pourquoi cela devrait-il changer avec internet ?

Plusieurs raisons viennent expliquer cet état de faits.

- ☞ Avec les logiciels Word et Excel, c'est l'utilisateur qui met des données dans ses documents et qui ressent le besoin ou non de les structurer. Word et Excel sont ainsi des outils de création. Sur internet, l'utilisateur qui cherche de l'information sur le web, consulte des sites et des pages qu'il n'a pas créés. Internet est donc plutôt l'inverse de Word et d'Excel, en ce qui concerne la relation de l'utilisateur et de sa machine ;
- ☞ jusqu'à l'apparition de l'informatique, le lieu de travail était souvent un lieu d'apprentissage, et les nouveautés arrivaient à la maison par les parents qui travaillaient. Avec l'apparition de l'informatique personnelle, il y a eu beaucoup de jeunes qui ont expliqué à leurs parents, à la maison, comment se servir d'un ordinateur, avant un éventuel usage sur le lieu de travail. C'est donc une perception nouvelle et inverse de l'apprentissage, d'abord vue comme « un jeu d'enfant » et qui de fait a du mal à se révéler comme un vrai vecteur de création de valeur sur leur lieu de travail, pour les adultes qui sont nés avant la génération informatique.

Quels sont les critères d'une bonne recherche ?

Après avoir réalisé un constat, somme toute assez affligeant, voici une esquisse de méthode qu'il faudrait envisager. La société qui l'a développée²³ étant spécialisée dans l'ingénierie de l'information, elle est particulièrement bien placée pour relativiser internet dans un environnement de l'information beaucoup plus large. Son usage d'internet est modéré, ce qui lui permet de bien connaître d'autres moyens de s'informer et de comparer les différentes approches possibles.

²² LMD pour Licence, Master, Doctorat

²³ Acrie, prestataire en intelligence économique

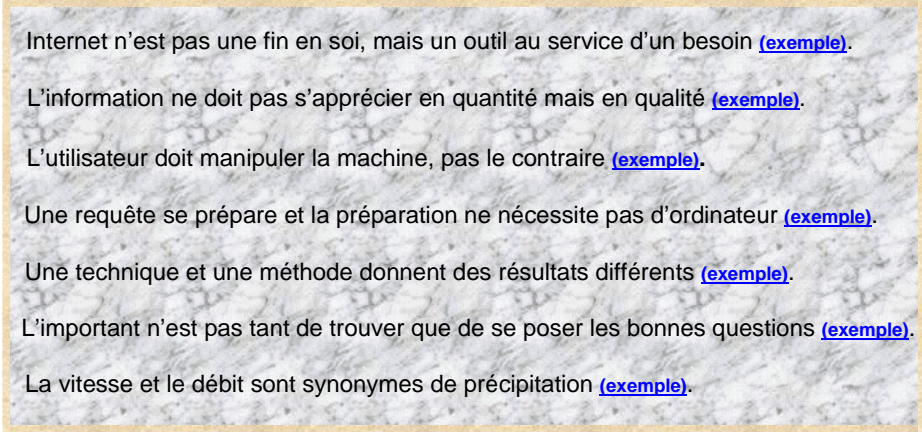
IV - Que faut-il faire pour s'améliorer ?

L'envie de s'améliorer est une aspiration individuelle. Elle ne se décrète pas. Chaque individu se motive ou ne se motive pas. Nous pouvons tout juste envisager d'impliquer les autres dans la formation, pas de les motiver.


Prendre conscience de notre manque de méthode

La première considération à avoir en tête est la prise de conscience que nous sommes tout juste en train de découvrir internet. Ce nouveau média est récent et évolue rapidement. La deuxième considération est de se focaliser sur les éléments forts avant d'aller sur des éléments superficiels. Ainsi, les internautes connaissent des techniques et certains outils de recherche spécialisés dans des actions particulières, mais il est rare de rencontrer un internaute avec de la méthode.

Quelques principes de recherche



- Internet n'est pas une fin en soi, mais un outil au service d'un besoin [\(exemple\)](#).
- L'information ne doit pas s'apprécier en quantité mais en qualité [\(exemple\)](#).
- L'utilisateur doit manipuler la machine, pas le contraire [\(exemple\)](#).
- Une requête se prépare et la préparation ne nécessite pas d'ordinateur [\(exemple\)](#).
- Une technique et une méthode donnent des résultats différents [\(exemple\)](#).
- L'important n'est pas tant de trouver que de se poser les bonnes questions [\(exemple\)](#).
- La vitesse et le débit sont synonymes de précipitation [\(exemple\)](#).

[Se connecter à internet](#) 

Pour avoir testé l'illustration ci-dessus auprès de nombreuses personnes ayant fréquemment l'habitude de chercher de l'information sur internet, il est clair qu'il existe un différentiel énorme entre notre adhésion à ces principes méthodologiques et nos pratiques. Un simple test en dix questions suffit généralement à démontrer le manque flagrant de méthode sur internet.

Petit test méthodologique personnel

Question 1 : quel est votre outil de recherche d'information préféré sur internet ?

- A - Google, Altavista, Yahoo, Lycos, All the web, Voilà, Copernic...
- B - je prends un outil différent selon les besoins en information que j'ai
- C - pas de réponse

Question 2 : en général, combien de mot(s)-clef(s) mettez-vous dans vos requêtes ?

- A - plus de 3
- B - jusqu'à 2-3 en général
- C - le moins possible

Question 3 : allez-vous chercher sur le web de surface ou sur le web profond ?

- A - de surface
- B - je ne sais pas ce que sont le web de surface et le web profond
- C - je choisis, selon mes besoins, entre le web de surface et le web profond

Question 4 : utilisez-vous les opérateurs logiques (booléens) ?

- A - oui, de manière volontaire, presque à chaque requête
- B - je ne connais pas les opérateurs booléens
- C - très rarement

Question 5 : avez-vous déjà eu une formation à la recherche d'information sur internet ?

- A - non, je suis un autodidacte sur internet
- B - j'ai eu une prise en main au début, mais pas une vraie formation
- C - oui, j'ai eu une formation par des professionnels

Question 6 : quelle place prend internet dans vos recherches d'information ?

- A - prépondérante
- B - modérée
- C - aucune

Question 7 : combien de types d'outils de recherche d'information différents connaissez-vous ?

- A - Il n'y a qu'un seul type d'outils qu'on appelle les moteurs de recherche
- B - je ne sais pas
- C - il y a trois types d'outils de recherche

Question 8 : utilisez-vous fréquemment des fonctions spéciales de la recherche avancée ?

- A - très souvent
- B - jamais ou quasiment jamais
- C - je ne sais pas ce qu'est la recherche avancée

Question 9 : pensez-vous que la vitesse soit le facteur le plus important sur internet ?

- A - oui, cela permet de visiter plus de pages et de traiter rapidement l'information
- B - non, il faut surtout savoir quoi chercher et comment chercher
- C - je n'en suis pas encore à me poser ce genre de question

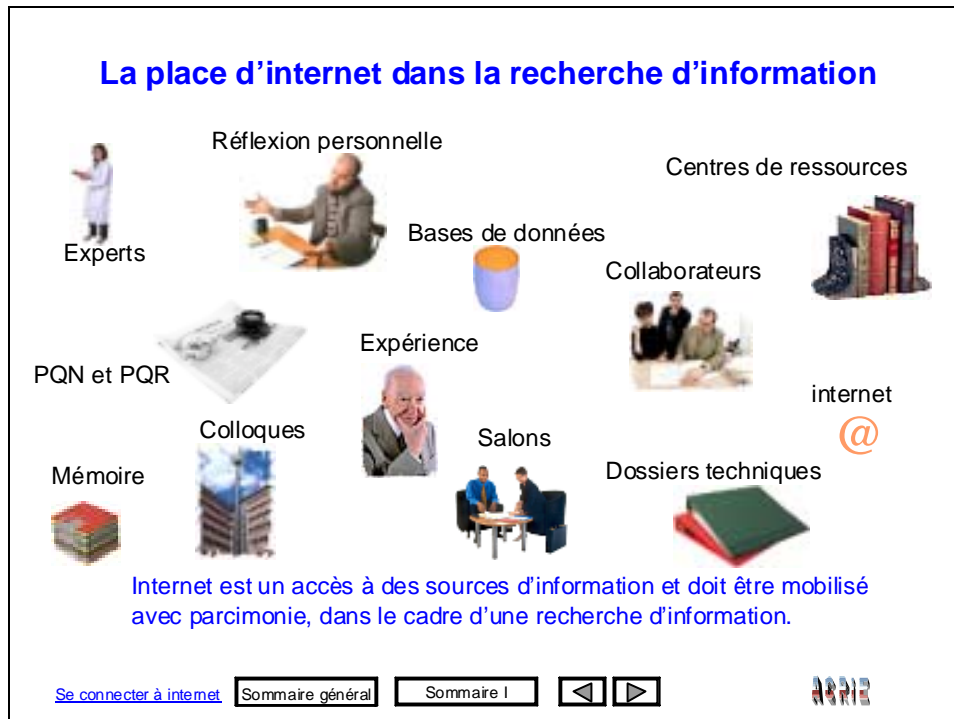
Question 10 : suivez-vous une politique dictée par votre organisation en ce qui concerne la recherche d'information sur internet ?

- A - non, chacun fait comme il veut
- B - non, internet est encore peu utilisé chez nous
- C - oui

Les réponses se trouvent à la fin de cette étude. Que tous ceux qui éprouvent des difficultés à répondre à ce petit test se rassurent, 95% de la population des internautes français, a une note comprise entre un et trois points à ce questionnaire. Et puis, certaines personnes se servent toute leur vie de certaines techniques basiques sans éprouver le besoin de s'améliorer. Enfin, pour ceux qui veulent dépasser leur niveau actuel, ils voient un objectif simple et pragmatique de gagner en compétences afin de trouver l'information utile, de gagner du temps et de constituer un avantage compétitif face à la concurrence.

Placer ou replacer internet à sa place

Internet est un média supplémentaire. C'est censé n'être qu'un outil et pas le meilleur ami de l'homme. Prenons quand même le temps de redire cette banalité, du fait de son oubli fréquent.



Mis en perspective avec d'autres accès à l'information, internet est un moyen de transmission d'information qui ne se distingue pas facilement des autres par sa richesse, mais surtout par son apparente facilité, par sa disponibilité, sa concentration de savoir et par sa quasi gratuité. N'oublions pas qu'il n'y a pas tout sur internet, il y a de tout ! Pour ne pas s'y perdre il est important de réaliser au préalable un plan de recherche.

Réaliser un plan de recherche

A la maison, comme au bureau, nous pourrions adopter la maxime suivante : « pas de recherche sans plan de recherche ». Un plan de recherche peut prendre la forme d'un morceau de papier sur lequel nous avons écrit notre objectif, des mots clés associés à cette idée, des pistes d'actions à entreprendre et un délai attribué pour cette recherche.

De manière plus technique, il faut d'abord entreprendre un questionnement stratégique pour bien identifier leur besoin. Pour ceux qui ont déjà recouru à cette démarche volontariste d'analyse de son besoin, il est évident que cette phase n'est pas aussi triviale que son libellé pourrait le laisser penser.

Ensuite, il faut éviter de se lancer dans le recensement des sources, avant d'avoir envisagé un « type de réponse » et d'avoir imaginé les informations qui seront contenues dans la réponse souhaitée.

La préparation de plan de recherche

Chaque recherche devrait être précédée d'un plan de recherche :

- 1) Quel est le besoin ?
- R 3** 2) Quel type de réponse est attendu ?
- i1** 3) Quelles informations peut-on espérer obtenir directement ?
- s1** 4) Quelles sources peut-on espérer contacter en deuxième chance ?
- a1** 5) Quels accès peut-on mobiliser pour identifier des sources en troisième chance ?

[Se connecter à internet](#) [Sommaire général](#) [Sommaire III](#) ◀ ▶

Il est bien dommage de constater que la majorité des professionnels de l'information, de la veille et de l'intelligence économique, commence majoritairement par identifier des sources, avant d'avoir formulé précisément ce qu'il cherche. Enfin, pour chaque information à obtenir, il va falloir réfléchir à la meilleure source d'information au monde, puis à une deuxième et à une troisième source d'information, au cas où la première (voire la deuxième) ne soit pas accessible.

De même pour chaque source, il va falloir imaginer les trois meilleurs accès pour la contacter.



Lorsqu'un plan de recherche global est réalisé au préalable, à l'aide d'un stylo et d'une feuille blanche, il est très intéressant de constater que les chercheurs d'information prévoient de mobiliser relativement peu internet. Dans ce cas, l'accès que représente internet pour rentrer en contact avec une personne (cette personne étant la source de l'information utile) est rarement perçu comme la meilleure solution. Et quand un plan de recherche est restreint à un usage exclusif d'internet, il est fréquent de constater que les notions de source et d'accès sont difficilement dissociées. Et pourtant, une source et un accès sont deux choses différentes. Une source est une personne qui produit de l'information, un accès est un média qui véhicule cette information, mais qui ne la crée pas.

Comment organiser une bonne recherche :




De quoi avons-nous besoin pour savoir chercher - bien chercher - sans perdre son temps ?

1) Travailler sur le besoin






🗨️ De quoi ai-je besoin ?

-  Est-ce vraiment utile de réfléchir à cela ?
-  N'aurais-je pas mieux à faire ?





2) Réfléchir à l'approche


-  L'approche est directe si je connais des sites à consulter. Cette approche s'utilise lorsque le sujet est déjà bien connu et rebattu. Elle ressemble alors à un quadrillage et à une « bataille navale ». Les sites connus sont consultés un par un jusqu'à temps que le « porte-avions » soit coulé (lorsque la bonne information est obtenue) ;
-  l'approche est indirecte, lorsque je ne connais pas de site à consulter de prime abord. Il s'agit alors d'une situation avec une question qui ne s'est jamais posée, ou pour laquelle le chargé de mission de recherche ne possède pas la culture générale qui l'aiguille vers les bons sites web. L'approche indirecte sera donc « progressive ». Après réflexion, il faut commencer à tester la « résonance » des termes précis identifiés dans un annuaire / catalogue / index dans l'espoir que ce sujet intéresse un grand nombre de personnes, au point que des outils en aient fait une catégorie et y aient rassemblés des sites spécialisés. Si cette première étape ne donne rien d'intéressant il faut passer à un moteur de recherche avec des termes déterministes. Enfin après plusieurs moteurs de recherche, presque désespéré de ne pas avoir trouvé, il faut envisager de ne pas passer en revue davantage de moteurs mais un méta-moteur qui va mettre en batterie plusieurs outils de recherche à la fois ;
-  mobiliser des délais restreints pour chercher...

3) Trouver la méthode




-  Seul ou en équipe ? Internalisé ou externalisé ?
-  Quel type d'outil (bandeau d'adresse, annuaire, moteur, méta-moteur, aspirateur...) et quelle manipulation (échantillonnage, analyse graphique, analyse statistique...) ?
-  Quels concepts (entre 2 et 4), quels mots clefs (mots clefs techniques, argotiques, abréviations, synonymes...), quelles expressions (expressions faites de mots simples) ?
-  Quel plan de recherche : première chance sur des informations, deuxième chance sur des sources, troisième chance sur des accès ?
-  Prévoir du temps pour traiter, après la recherche, et du temps pour mettre en forme et diffuser après le traitement...

4) Choisir les techniques

-  Elargir la question et obtenir davantage de résultats ;
-  restreindre la question (passer de l'opérateur booléen « and » à l'opérateur logique « near » sur Altavista par exemple) ;
-  écarter certains résultats (avec l'opérateur logique « not ») ;
-  trier les résultats (analyser les adresses des pages de résultats proposés, ouvrir certaines pages, mobiliser la fonction « trier par » dans Altavista) ;

-  analyser les résultats (lire des pages, regarder les mots clefs de fichiers sources, regarder qui est propriétaire du nom de domaine, tester la crédibilité du site par une recherche de liens pointant vers lui...)...

5) Capitaliser les bonnes pratiques et exclure les mauvaises

-  Echanger et se cultiver sur ses pratiques... ;
-  remettre en cause régulièrement ses approches, ses méthodes et ses techniques ;
-  préparer une fiche de poste de ce que doit savoir un chercheur d'information sur internet et ne plus être irremplaçable...

Une méthode paraît toujours simple et utile lorsqu'elle est expliquée. Toutefois, dans la pratique, la méthode est souvent difficile à appliquer si le professeur n'est pas là pour nous aider. Ainsi, depuis des siècles, nous avons essayé d'enseigner à écrire, à lire, à compter, sans jamais être arrivés à une méthode simple et efficace pour que chacun puisse apprendre, retenir et appliquer sans faille. De même que nous devons apprendre à lire, écrire et compter, nous devons apprendre à chercher sur internet. Chacun de nous doit pouvoir trouver la pédagogie et une approche didactique qui lui conviennent, à son propre rythme. Chacun doit pouvoir parfaire sa formation, selon son niveau initial : débutant en informatique, débutant en internet, utilisateur occasionnel, expert, veilleur, formateur...

Internet va prendre encore davantage de place dans le paysage, avec ses adeptes et ses réfractaires et nos pratiques vont se révéler. Imaginons l'avenir de la recherche d'information sur internet :

- la veille automatique sur des marchés, des concurrents, des technologies ;
- des requêtes ponctuelles avec un besoin de business (préparation de rendez-vous, découverte d'un organisme ou d'une entreprise, consultation d'un texte officiel...) ;
- les échanges de fichiers « intéressants » ;
- le feuilletage multimedia (dans l'esprit des revues que l'on feuillette dans une salle d'attente) ;
- abonnement à des périodiques en lignes (lettres d'information, brèves, fournisseurs d'information payante...) ;
- « adonnement » à sa passion (les trains, les voyages, la littérature...)...

Se sevrer (partiellement)

Aujourd'hui nous ne percevons pas assez nos lacunes pour aborder sereinement ces nouveaux enjeux. L'ère de l'information est si vaste et si prolifique que le volume d'information nous noie progressivement. Nous devons nous diriger vers une sorte de sevrage de l'information inutile, et restreindre les masses d'informations qui arrivent toutes seules ou que nous acquérons en trop grande quantité, par faute de ne pas savoir ce que nous voulons. Nous devons passer d'un état dans lequel nous ne choisissons pas nos lacunes, à un état dans lequel nous choisissons nos ignorances.

Se former à la recherche d'information sur internet

Certains l'ont déjà bien compris et ont inséré un module de recherche d'information (ou d'autoformation) sur internet : petites et grandes entreprises, des Chambres consulaires, l'Institut Régional d'Administration, l'Ecole des Mines, l'Icam, des technopôles, des lae, des formations en intelligence économique...

V - Les gains à en attendre

Le premier gain à attendre d'une formation de méthodes est un gain de compétences et une incitation mobilisatrice à se poser des questions structurantes afin de faire avancer les choses.

Le deuxième gain à en retirer est une valorisation de la personne formée, qui est alors incitée à s'impliquer davantage dans le mode opératoire de réflexion, que dans la simple application.

Le troisième gain de la formation aux méthodes de recherches sur internet est d'ordre compétitif :

- la capacité à identifier et trouver la « bonne » information ;
- le gain de temps pour trouver l'information ;
- l'équivalent argent du gain de temps ;

D'après une analyse de l'auteur, sur plusieurs centaines de personnes, sur plusieurs années, le gain de temps peut être espéré dans les proportions suivantes, en moyenne.

Pourcentage moyen de temps gagné avec formation aux méthodes			
1 h/jour	2,5 h/semaine	10 h/mois	20 h/an
25%	35%	40%	45%

Ainsi pour une organisation il est possible de calculer le coût de l'investissement (temps passé et coût d'une formation à la recherche d'information) et le retour sur investissement. Ces évaluations de gains de temps sont inférieures aux évaluations de pertes de temps vu précédemment, car il n'est pas raisonnable de vouloir transformer une personne en une machine parfaite.

Prenons l'exemple d'une PME-PMI dans laquelle une équipe de 10 personnes - avec des profils différents - utiliserait internet pour de la recherche d'information. L'équipe est constituée de personnes ayant les habitudes suivantes :

- 1 personne cherche de l'information sur internet 1 heure par jour ;
- 3 personnes pendant 2h30 par semaine ;
- 1 personne pendant 10h par semaine ;
- 3 personnes pendant 10 heures par mois ;
- 2 personnes pendant 20 heures par an.

Avec deux fois une journée de formation pour cinq personnes, à la recherche d'information sur internet, et un support d'autoformation pour des révisions individuelles pendant l'année, l'investissement serait de moins de 3 000 euros²⁴ pour un retour net sur investissement de 10 000 euros²⁵ et plus de 100 heures de travail gagnées sur 12 mois.

²⁴ estimation comprenant les dépenses de la formation (formateur, logistique, frais) et le temps passé des personnes formées (salaires chargés, organisation interne)

²⁵ estimation, pour un salaire chargé moyen de 30 000 euros brut, à 35h, pour 200 jours de travail par an

Investissement	Retour sur investissement
60 heures hommes de formation, le premier mois 2 800 euros (formation avec un professionnel, supports de formation, frais divers) 40 heures de révisions personnelles pendant les 12 mois suivants 5 heures de suivi du dossier et de gestion par l'entreprise	100 heures de gagnées sur 12 mois 10 000 euros de gain financier en équivalent temps plus de 700 heures gagnées sur 3 ans près de 25 ke de gain financier en équivalent temps, gagnés sur 3 ans

Premier constat après une formation internet :

- ✗ après une formation internet orientée « outils » d'une journée, une quantité de temps est passée à tester des outils, pour en prendre davantage possession, sans besoin opérationnel clair. Le gain de temps est potentiel mais pas immédiat ;
- ✓ après une formation internet orientée « méthodes » d'une journée, une limitation du temps passé à chercher sur internet se produit spontanément pour cause de non visibilité des objectifs. Le gain de temps est donc immédiat et il s'avère avec le temps que les personnes formées conservent cette bonne habitude de ne pas aller chercher sur internet sans un plan de recherche.

Attention à un contre-sens fréquent. Dans l'optique de dégager un retour sur investissement, il est préférable de former les personnes qui ont un usage fréquent de la recherche d'information sur internet. Malgré le pourcentage de temps gagné qui est inférieur à celui des personnes qui ne cherchent pas souvent sur internet, il faut bien mesurer le volume horaire global à l'année chez ceux qui utilisent beaucoup la recherche d'information sur internet. Faire gagner quinze minutes tous les jours à un internaute qui passait une heure par jour, représente un gain de cinquante heures par an et est plus rentable que de faire gagner dix heures à une personne qui ne passe pas plus que vingt heures par an, à chercher de l'information sur internet.

En plus de trouver un résultat satisfaisant à une requête, la méthodologie de recherche aide à se poser les bonnes questions. Nous le savons, une partie non négligeable de nos requêtes sur internet aurait pu être ignorée si nous avions réfléchi davantage avant de nous connecter. La réflexion préalable à la connexion aboutit souvent à la mobilisation d'un autre accès ou à une autre source qu'internet : un collègue, un dossier existant, un ouvrage de référence, avec la sensation de valoriser ce qui existe déjà.

La méthodologie des plans de recherche d'Acric favorise des relations constructives entre les membres d'une même entité et cette pratique aura tendance à responsabiliser les chercheurs d'information (à ce jour, un peu limités à des logiques industrielles de mise en action de moyens de production de traitement d'information) et à générer un élan managérial où celui qui pose la question, précise sa pensée, et celui qui reçoit une tâche à accomplir ose demander des précisions. La relation entre

celui qui pose la question et celui qui cherche sur internet, se renforce, en obligeant un dialogue constructif avant de se lancer. Ceci peut amener à une nouvelle organisation. La méthodologie incite donc à une approche plus collective d'entraide et d'entraînement à chercher à plusieurs, dans la phase de réalisation de plans de recherche. L'utilisation des moyens à disposition se fait dans une dynamique d'économie des ressources à l'essentiel. On valorise le choix et la prise de décision.

Un autre contre-sens est à éviter. Le temps gagné, ne doit pas servir à chercher davantage mais à réfléchir davantage. Il devient inutile de visiter dix sites web au hasard quand trois sites choisis pour une bonne raison suffisent. Il peut être préconisé pour les cadres qui travaillent régulièrement avec des heures supplémentaires, de prendre une partie du temps gagné pour rentrer plus tôt le soir à la maison ou pour prendre de l'avance. Une autre partie du temps gagné - disons la moitié - doit être utilisée pour réfléchir ponctuellement à des sujets qu'on aimerait investiguer si on avait le temps (sans pour autant engager des recherches sur ces sujets).

La formation « méthodes » est également une manière de disséminer dans les entreprises et les organisations, la culture de l'information, la culture du renseignement et la culture du risque. En d'autres termes, ce peut-être un avant goût d'une démarche d'intelligence économique et de veille...

VI - Conclusion

Ce dossier concerne la pratique de la recherche d'information sur internet en France mais ne saurait se limiter à l'hexagone. D'autres pays, européens en particulier, vivent la situation de manière assez similaire. Toutefois, chaque pays a des variantes dans les usages des outils. Ainsi les Allemands semblent utiliser davantage des outils de recherche de type « annuaires » tandis que les français ont tendance à préférer les « moteurs ». Ceci ne surprend personne lorsque l'on connaît l'approche culturelle des Allemands par rapport à l'approche culturelle des français.

La lutte pour la compétitivité au niveau mondial se déroule avec la possibilité pour chacun d'utiliser les mêmes outils de recherche d'information sur internet. Toutefois la méthode pour les utiliser avec parcimonie est largement ouverte à la richesse et à la valeur de la méthode appliquée.

Depuis 1999, il semble pas que les internautes n'aient pas modifié leur méthode dans la recherche d'information sur internet. Par contre il y a eu une explosion de nouvelles techniques... Attention à ne pas succomber aux chants des sirènes qui nous incitent à utiliser telle ou telle nouvelle fonctionnalité d'un outil, si ceci ne s'inscrit pas dans un plan de recherche. Plus que jamais, nous devons nous regarder travailler et améliorer nos pratiques.

Quelle devrait être la prise de conscience des gens dans les années à venir ?

- ☞ Internet va prendre davantage de place dans nos vies et va devenir un pré requis comme la lecture, l'écriture, les diplômes, le permis de conduire, etc. ;
- ☞ la productivité des Tic est incertaine dans la phase de mise en place (qui peut durer longtemps) ;
- ☞ les Tic doivent être vues comme une complémentarité et une interopérabilité ;
- ☞ une vraie formation est nécessaire sur internet (et probablement pas par des informaticiens) ;
- ☞ la convergence des Tic est largement parsemée de trous dans la raquette ;
- ☞ l'investissement sur la méthode de recherche sur internet engendre un retour sur investissement conséquent et très rapide...

Ne passons pas à côté de ce formidable enjeu qu'est internet, et pour ce faire formons-nous. Gageons que les français vont se réveiller et aborder le 21^{ème} siècle avec méthode.

Pascal Frion

Directeur d'Acrie Nantes - Animateur d'Acrie Réseau National

02 40 04 25 25 – pascal.frion@acrie.fr

Pascal Frion dirige la société Acrie depuis sa création en 1998, et réalise des prestations en intelligence économique. 60% de son activité consiste à chercher de l'information pour ses clients et internet n'a jamais été un accès à l'information

privilegié au sein de la société qu'il a créée. Toutefois il a été en contact avec de nombreuses personnes ayant l'habitude de chercher de l'information sur internet sans méthode, ce qui lui a donné l'idée de développer une méthode de recherche d'information sur internet.

Réponses au test méthodologique

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
Réponse attendue	B	A	C	A	C	B	C	A	B	C
1 point par bonne réponse										

10 points :

bravo, vous possédez une vraie méthode, très structurée et très prévoyante.

Entre 7 et 9 points :

votre niveau est déjà supérieur à la moyenne, mais il y a quelques notions de professionnels qui vous manquent. Vous pouvez encore gagner du temps dans vos recherches d'information sur internet.

Entre 4 et 6 points :

Grâce à une formation sur les méthodes, vous allez améliorer vos méthodes et vos techniques pour gagner du temps et de l'efficacité dans vos recherches.

Entre 1 et 3 point(s) :

En vous formant, vous allez apprendre de nombreuses choses utiles sur la recherche d'information sur internet que vous ne soupçonnez pas encore. La majorité des français a entre 1 et 3 sur 10 à ce questionnaire. Vous pouvez sortir de cette moyenne nationale !

0 point :

N'ayez pas peur, vous pouvez découvrir le monde d'internet, pas à pas. Pensez à vous faire accompagner dans cette découverte.