



REPUBLIQUE DU BENIN



MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
FORMATION PROFESSIONNELLE

UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI

ECOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION ET DE MAGISTRATURE
(E.N.A.M.)

MEMOIRE DE FIN DE FORMATION AU CYCLE 2 POUR
L'OBTENTION
DU DIPLOME D'ADMINISTRATEUR DE L'ACTION CULTURELLE

OPTION

Sciences et Techniques
de l'Information Documentaire Cycle II

FILIERE

Bibliothéconomie- Documentation

ANNEE ACADEMIQUE

2008 - 2009

*Rendre le Service Information et Communication de
l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges
Commerciaux incontournable dans la sphère
commerciale béninoise*

Réalisé et soutenu par :

Ghislain Marie-Joël AHOHUENDO

Sous la Direction de :

Maître de stage :

Mme Lucienne CARRENA AZONHOUMON

Directrice de l'ABePEC
CEFOCI

Directeur de mémoire :

M. Julien DJOSSE
Documentaliste,
Coordonnateur du

Novembre 2009

Identification du Jury

Président du jury :

Vice-président du jury :

Membre du jury :

**L'ECOLE NATIONALE D'ADMINISTRATION
ET DE MAGISTRATURE N'ENTEND DONNER AUCUNE
APPROBATION NI IMPROBATION AUX OPINIONS EMISES
DANS CE MEMOIRE. CES OPINIONS DOIVENT ETRE
CONSIDEREES COMME PROPRES A LEUR AUTEUR.**

DEDICACES

Je dédie ce mémoire à :

Dieu Le Père Tout Puissant ;

Mon Père, Déogratias AHOHUENDO ;

Ma Mère, Virginie KOUNNOUDJI ;

Mon frère, Virgile Prince ;

Mes sœurs, Nadège et Carine ;

Mes neveux, Onaël, Marie-Josée, Parfait et Andy ;

La famille de Monsieur Benjamin de Souza ;

Mes amis.

REMERCIEMENTS

Au terme de ces deux années de formation à l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature, je voudrais adresser mes remerciements à :

A Dieu le Père Tout Puissant, Qui veille sur nous chaque jour qu'il fait ;

Tous mes enseignants ;

M. Julien DJOSSE, qui a bien voulu diriger ce travail avec une rigueur bienfaisante ;

Mme Aurore GOMEZ, pour son attention et ses conseils ;

Personnel de l'ABePEC, pour l'accueil chaleureux et professionnel ;

Mon père et à ma mère, pour leur affection ;

Mes sœurs et à mon frère, pour leur soutien ;

Mes amis et mes neveux pour leur présence dans ma vie ;

Tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre, ont contribué à la réalisation de ce travail.

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ABePEC : Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux

ADEX : Agence de Développement des Exportations

CBCE : Centre Béninois du Commerce Extérieur

CBI : Centre de Promotion des Importations en Provenance des Pays en Développement

CCI : Centre du Commerce International

CCIB : Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin

CEBENOR : Centre Béninois de Normalisation

CPI : Centre de Promotion des Investissements

ISO : International Standard Organisation (Organisation Internationale de Normalisation)

MAEP : Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche

MC : Ministère du Commerce

OBOPAF : Observatoire des Opportunités d'Affaires

SIC : Service Information et Communication

LISTE DES TABLEAUX

	<u>Pages</u>
<u>Tableau n°1</u> : Problèmes et hypothèses.....	21
<u>Tableau n°2</u> : Tableau de bord de l'étude" <i>Rendre le Service Information et Communication de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux incontournable dans la sphère commerciale béninoise</i> "...	22
<u>Tableau n°3</u> : Connaissance de l'ABePEC.....	33
<u>Tableau n°4</u> : Localisation.....	33
<u>Tableau n°5</u> : Connaissance des missions	34
<u>Tableau n°6</u> : Fréquentation.....	34
<u>Tableau n°7</u> : Connaissance du Service Information et communication de l'ABePEC	34
<u>Tableau n°8</u> : Connaissance des missions	35
<u>Tableau n°9</u> : Fréquentation.....	35
<u>Tableau n°10</u> : Fréquentation et satisfaction.....	35
<u>Tableau n°11</u> : Utilité de l'existence du SIC ABePEC	36
<u>Tableau n°12</u> : Connaissance de l'ABePEC.....	36
<u>Tableau n°13</u> : Localisation.....	37
<u>Tableau n°14</u> : Connaissance des missions	37
<u>Tableau n°15</u> : Fréquentation.....	37
<u>Tableau n°16</u> : Utilité pour l'évolution et la rentabilité de votre entreprise ?.....	38
<u>Tableau n°17</u> : Connaissance du Service Information et communication de l'ABePEC ?.....	38
<u>Tableau n°18</u> : Connaissance des missions	39

<u>Tableau n°19</u> : Fréquentation.....	39
<u>Tableau n°20</u> : Utilité pour l'évolution et la rentabilité de votre entreprise.....	39
<u>Tableau n°21</u> : Utilité de l'existence du SIC ABePEC	40

RESUME

Dans un contexte économique mondial miné par la crise financière et l'instabilité des marchés, les gouvernements du monde entier trouvent des solutions orientées vers la dynamisation commerciale. Les organismes d'appui des échanges commerciaux se retrouvent ainsi au premier plan.

Le Bénin a également pris le train de ces réformes : l'ABePEC s'est vue créée avec comme principale mission la promotion du développement des échanges commerciaux au niveau national et international, conformément à la politique nationale de développement du commerce, promotion faite principalement par le biais de son Service d'Information Commerciale ou SIC. Malheureusement, l'accomplissement de cette mission est sérieusement compromis car la majorité des opérateurs économiques ignorent les opportunités offertes par l'ABePEC et son SIC.

Face à une telle situation, nous nous sommes fixé comme objectifs prioritaires, de revaloriser le SIC de l'agence, d'informer les acteurs commerciaux sur les opportunités offertes par celui-ci, d'accroître son taux de fréquentation et de renforcer la coopération entre l'ABePEC et les entreprises commerciales et industrielles du Bénin, en vue de mettre à jour le répertoire des entreprises.

Pour concrétiser notre vision, nous avons choisi d'opérer, d'abord au plan légal pour un partenariat gagnant entre l'ABePEC et les acteurs commerciaux, ensuite au niveau organisationnel pour une relance effective du SIC et enfin sur le plan de l'information et de la formation afin d'insérer l'ABePEC et son SIC au cœur du système commercial béninois.

MOTS CLES : ABePEC, promotion commerciale, SIC, revalorisation, système commercial

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE

Chapitre 1^{er} : Cadre institutionnel de l'étude, observations de stage et ciblage de la problématique

Section 1 : Cadre physique de l'étude et observations de stage

§1 : Présentation de L'ABePEC et du SIC ABePEC

§2 : Etats des lieux sur les prestations du SIC ABePEC

Section 2 : Ciblage de la problématique

§1 : Choix et spécification de la problématique

§2 : Détermination de la vision globale de résolution de la problématique spécifiée

CHAPITRE 2^{ème} : Du cadre théorique de l'Etude aux conditions de mise en œuvre des solutions

Section 1 : Cadre théorique et méthodologie de l'étude

§1 : Des objectifs de l'étude à la revue de littérature

§2 : Méthodologie adoptée

Section 2 : Des enquêtes de vérification des hypothèses aux conditions de mise en œuvre des solutions

§1 : Enquêtes et vérifications des hypothèses

§2 : Approches de solutions et conditions de mise en œuvre

CONCLUSION GENERALE

BIBLIOGRAPHIE

ANNEXES

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE

Notre monde est en proie à des mutations sociales permanentes et quasiment imprévisibles. Ces changements affectent l'Homme sur des plans multiples et variés : le climat, la politique internationale, la santé, le sport, l'économie et le commerce, etc. Nous traversons un temps de crise globale et généralisée, mais, dans le cadre de notre recherche, nous nous focaliserons principalement sur l'économie et le commerce, des secteurs d'activités qui connaissent depuis quelques années, une crise d'une ampleur importante. L'ordre économique mondial est redéfini chaque jour qui passe : des multinationales sont en difficulté, les petites sociétés disparaissent et les banques ne sont plus sources d'assurance.

Partout dans le monde, les gouvernements essaient d'apporter des solutions efficaces afin de parer aux déconvenues provoquées par cette crise économique. Les politiques économiques et commerciales de nombreux états sont revues et des réformes sont mises en application. Les nations renforcent leurs capacités économiques et leur force commerciale. De nombreux états misent sur une amélioration des statistiques des transactions commerciales pour se sortir de crise. Aussi, les structures en charge des échanges commerciaux se retrouvent-elles dorénavant au premier plan.

Au Bénin, la structure assignée au développement des échanges commerciaux est l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges commerciaux : ABePEC. Elle a pour mission de favoriser , de faciliter les opérations commerciales à travers la fourniture d'une information commerciale de premier choix et un accompagnement des opérateurs commerciaux. Nous y avons effectué notre stage de fin de formation et malheureusement, nous avons pu y observer des situations handicapantes pour la promotion des échanges commerciaux. La plus

flagrante étant l'ignorance presque totale que les opérateurs économiques et les citoyens exerçant dans le commerce ont de l'existence de l'ABePEC, de son Service d'Information et de Communication et des opportunités qu'elle offre. Nous avons réfléchi à la question et avons abouti à la conclusion qu'il faut "**Rendre le Service Information et Communication de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux incontournable dans la sphère commerciale béninoise**".

Pour ce faire, nous avons opté pour un apport de solutions orientées en plusieurs axes : des solutions légales, organisationnelles, de formation et d'information.

Il s'agira d'abord de créer un partenariat légal entre les acteurs commerciaux et l'ABePEC (et son SIC), ensuite de revoir le fonctionnement du SIC et enfin de mettre au point et en œuvre une politique de formation et d'information efficace à l'ABePEC grâce à son service d'information et de communication.

**CHAPITRE 1^{er} : Cadre institutionnel
de l'étude, observations de stage et
ciblage de la problématique**

Section 1 : Cadre physique de l'étude et observations de stage

§1 : Présentation de l'ABePEC et du SIC ABePEC

A-/ Présentation de l'ABePEC

1-/ Institution de l'ABePEC

Située en plein cœur de Cotonou à l'actuelle Place du Souvenir autrefois appelée Place des Martyrs, l'ABePEC a été créée en 2007 par le Décret Présidentiel N°2007-188 du 20 Avril 2007(cf. annexe1) portant approbation des Statuts de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges commerciaux (ABePEC). L'ABePEC est un organisme étatique chargé de développer et de promouvoir le développement des échanges commerciaux entre le Bénin et la communauté internationale.

Issue de la fusion entre le Centre Béninois du Commerce Extérieur , CBCE (créé en 1988 par le Décret n°88-9 du 15 Janvier 1988) et de l'Observatoire des Opportunités d'Affaires, OBOPAF (créé par le Décret n°98-20 du 20 Janvier 1998), elle est placée sous l'autorité du Ministre chargé du Commerce.

L'ABePEC a pour objectif fondamental de devenir la plate forme incontournable de mise à disposition de l'information économique et commerciale et un instrument efficace d'accompagnement au service des investisseurs locaux, nationaux et étrangers.

2-/ Missions de l'ABePEC

L'article 1^{er} de l'arrêté N°001 /MIC/DC/SG/ABePEC de 2007 définit avec précision les missions de l'agence :

L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges commerciaux a pour mission de promouvoir le développement des échanges commerciaux au niveau national et avec l'extérieur, conformément à la politique nationale de développement du commerce. A ce titre, elle est chargée :

- ✓ de faciliter les relations d'affaires entre les opérateurs économiques nationaux et leurs homologues étrangers ;
- ✓ d'assurer la collecte, le traitement et la diffusion de l'information économique et commerciale au profit des opérateurs économiques ;
- ✓ de suggérer toutes les mesures propres à rationaliser le commerce, stimuler les exportations, diversifier les sources d'importation et améliorer les conditions de leur réalisation;
- ✓ de contribuer à la coordination des efforts des organismes nationaux concourant au développement des échanges commerciaux tant au niveau national qu'avec le reste du monde;
- ✓ d'offrir une assistance conseil aux opérateurs économiques dans la recherche et la prospection des débouchés intérieurs et extérieurs pour leurs produits;
- ✓ de constituer une banque de données sur les opportunités d'affaires au Bénin;

- ✓ de contribuer à la formation sur les techniques de commerce international ;
- ✓ de contribuer à l'élaboration des stratégies sectorielles de développement et de promotion des exportations;
- ✓ de coordonner et organiser en liaison avec les ministères et autres structures concernées, la participation de la République du Bénin aux manifestations commerciales régionales et internationales et encourager l'organisation de foires et expositions commerciales sur le plan national;
- ✓ d'assurer toutes autres fonctions pouvant concourir à la promotion des échanges commerciaux.

3-/ Structure et organigramme de l'ABePEC

L'ABePEC est administrée au sommet par un Conseil d'administration présidé par le Ministre en charge du commerce.

L'ABePEC est dirigée par un Directeur Général assisté d'un Directeur Général Adjoint. Ils sont tous les deux membres du comité de direction de l'ABePEC composé des directeurs de département, des chefs services et de deux (2) délégués du personnel de l'agence élus en assemblée générale. Ce comité est consulté pour les décisions importantes telles que l'élaboration du programme d'activités, du budget de l'agence et du suivi dans l'exécution des activités.

L'article 8 de l'arrêté N°001 /MIC/DC/SG/ABePEC de 2007 organise l'ABePEC en Départements subdivisés en Services. Elle comprend :

- ✓ un Secrétariat Administratif
- ✓ un Département Administration et Finances
- ✓ un Département Etudes et Promotion Commerciale

Pour avoir plus de détails sur ces différents services, on pourra consulter l'organigramme de l'ABePEC en annexe 2.

B-/ Le Département Etudes et Promotion Commerciale

Notre stage s'est effectué au Département Etudes et Promotion Commerciale qui est chargé de mener les études et activités à caractère économique et commercial conformément à la politique de l'Etat en matière de commerce.

Il comprend deux (2) services :

- ❖ le Service Etudes, Missions et Manifestations Commerciales
- ❖ le Service Information et Communication (SIC).

Le Service Information et Communication (SIC) où nous avons été affecté comprend :

- ❖ la Division Information et Formation
- ❖ la Division Communication.

Le SIC a pour tâches (article 23 de l'arrêté N°001 /MIC/DC/SG/ABePEC de 2007) :

- ✓ de rechercher, de collecter et de diffuser auprès des opérateurs économiques, l'information économique et commerciale par tous les moyens et supports appropriés ;
- ✓ de concevoir et de réaliser des prospectus, dépliants et tous autres supports publicitaires destinés à rendre disponible l'information économique et commerciale et de faire connaître l'agence ;
- ✓ d'être l'interface des systèmes et réseaux d'information commerciale auxquels l'agence a adhéré ;
- ✓ d'assurer la gestion du site Web ;
- ✓ d'assurer la rédaction et la publication de bulletin d'information de l'agence, des répertoires, guides et annuaires ;
- ✓ de former des opérateurs économiques sur les outils d'analyse de marché et le système commercial multilatéral.

Notre stage s'est déroulé plus précisément à la Division Information et Formation.

1-/ La Division Information et Formation

Selon l'article 25 du même arrêté, elle est chargée :

- ✓ de collecter, de traiter, de stocker et de diffuser l'information économique et commerciale.
- ✓ d'établir des fichiers d'informations statistiques sur l'économie ainsi que sur les opportunités d'affaires et leur actualisation ;
- ✓ de créer et de gérer des dossiers thématiques ;
- ✓ d'exploiter les informations contenues dans les bases de données économiques nationales et internationales au profit des opérateurs économiques ;
- ✓ de former les opérateurs économiques sur les outils d'analyse de marché et le système commercial multilatéral ;
- ✓ d'identifier en collaboration avec le service chargé du personnel des thèmes de formation au profit du personnel de l'agence.

2-/ Budget du SIC

Le budget du SIC est déterminé à partir d'un pourcentage établi sur le budget général de l'ABePEC qui est subventionnée par l'Etat. Il est défini sur la base du programme des activités annuelles du service, il peut, de ce fait, varier d'une année à une autre.

Il sert principalement à l'achat de documents commerciaux tels que les Kompass¹, au renouvellement des abonnements aux divers magazines, journaux et publications, à l'organisation des formations, des séminaires et à la mise en œuvre de la politique de communication du SIC et de l'ABePEC.

3-/ Fonds documentaire

Le fonds documentaire de l'agence est spécialisé. Il est constitué essentiellement de documents traitant du commerce et d'économie. On y trouve donc des revues économiques telles que le MOCI, Afrique Agriculture, Marchés Tropicaux et Méditerranéens ; des normes ISO 9000 sur l'Application des systèmes de gestion de qualité, produites par le CCI, des monographies traitant d'économie, de gestion, de comptabilité et du commerce.

On y trouve également des journaux nationaux et internationaux tels que La Nation, Le Matin et Le Monde.

Nous aurions voulu fournir des statistiques sur ce fonds documentaire mais pendant notre période de stage, il était en restructuration : un bon nombre de documents jugés inutiles devaient être élagués et on devait procéder à de nouvelles acquisitions.

Le SIC dispose également de bases de données en ligne telles que : Trade Map, Product Map, Market Access, AMADE et SIGOA-TOPS.

¹ Répertoires des entreprises classées par pays et par secteurs d'activités

Il existait une base de données en CDS ISIS sur le fonds documentaire mais elle a été perdue suite à des problèmes informatiques. Un projet de reconstitution de cette base est en cours.

4-/ Acquisition et Traitement des documents

Les documents sont acquis grâce au budget de l'ABePEC et aux dons de documents physiques et électroniques faits par des partenaires tels que Centre du Commerce International (CCI) et le CBI.

Du fait de la politique d'acquisition du SIC, ce sont des documents principalement orientés vers l'économie et tous les domaines qui lui sont connexes qui sont retenus.

Les documents une fois acquis, enregistrés et estampillés à l'effigie de l'ABePEC, sont traités à l'aide du Thésaurus du Langage du Commerce International produit par le CCI. C'est un thésaurus spécifique au commerce.

La cotation des documents se fait également sur la base du Thésaurus du langage du commerce international.

L'accès aux documents est libre et gratuit. Il suffit d'en demander l'accès et de présenter ses papiers d'identité.

5-/ Formations et produits documentaires

Il s'agit de la participation à des séminaires internationaux ou nationaux organisés par le CCI. Ils portent principalement sur la formation à l'analyse des marchés, l'utilisation des bases de données commerciales et la recherche efficiente d'informations.

Les formations peuvent concerner le personnel de l'ABePEC ou les opérateurs économiques.

Les produits documentaires émanant du SIC sont le Répertoire des entreprises du Bénin, des fiches d'information sur l'ABePEC, un bulletin d'informations commerciales intitulé ABePEC TRADE INFO et bien d'autres produits répondant à un besoin spécifique ou à une situation précise.

6-/ Réseaux

Il n'existe pas de réseau formel. Il s'agit ici de liens de collaboration établis du fait de l'appartenance de diverses agences et institutions au même monde de l'économie et du commerce.

Ainsi, le SIC se retrouve en collaboration avec les centres de documentation du MC, du MAEP, du CCIB, du CPI, de l'ADEX et du CEBENOR.

§2 : Etat des lieux sur les prestations du SIC ABePEC

Il s'agit ici des observations et des analyses faites au cours de notre stage sur le fonctionnement de notre structure d'accueil.

A-/ Observations et analyses faites à l'ABePEC

Après quelques semaines d'observation et d'analyse des textes en vigueur à l'ABePEC et plus précisément à la Division Information et Formation du SIC, nous avons fait les constats suivants :

- ✓ Le taux de fréquentation du SIC est très faible : seuls deux usagers habitués viennent fréquemment y faire des recherches et consulter des documents ;
- ✓ Le Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin a été édité depuis 2003 ;
- ✓ Le manque d'espace de rangement pour les documents constituant le fonds documentaire ;
- ✓ Le personnel du SIC, précisément celui de la division information et formation doit remplir à la fois des tâches administratives et techniques liées à la documentation ;
- ✓ Le personnel est en nombre très limité vu l'importance des travaux ;

- ✓ Les locaux sont inadéquats à la conservation de documents : les bâtiments sont vieux et se dégradent de jour en jour :
 - La salle dans laquelle l'on conservait le fonds documentaire a été transformée en salle de réunion de sorte qu'une bonne partie du fonds documentaire a été déplacée et est conservée au magasin dans des conditions inadaptées.
- ✓ Le personnel du SIC, précisément celui de la division information et formation est réellement impliqué dans le fonctionnement de l'agence : il en est le "cœur". C'est à ce niveau que l'on organise l'exécution du programme de promotion commerciale de l'ABePEC. Il en est le centre névralgique ;
- ✓ La documentation à l'ABePEC est en grande partie numérique : les documents à caractère papier se font de plus en plus rares dans le fonds de l'ABePEC ;
- ✓ La publication de catalogues, de registres de commerce et d'un bulletin d'information commerciale est très irrégulière;
- ✓ Les formations sont de moins en moins fréquentes ;
- ✓ Pas de réseau formel établi par les textes de loi. Juste une collaboration entre l'ABePEC et d'autres structures traitant de commerce ;
- ✓ Le retard dans l'octroi des subventions accordées par l'Etat rend ardue l'acquisition de documents et oblige le SIC à

organiser ses activités sur des fonds partenariaux et sur des sponsors.

B-/ Observations et analyses faites hors de l'ABePEC

Les observations et analyses qui suivent ont été établies au cours des moments de recherche en dehors de l'ABePEC :

- ✓ L'ABePEC n'est pas bien connue par les citoyens ;
- ✓ L'ABePEC n'est pas bien connue des entreprises qu'elles soient grandes ou petites.

Section2 : Ciblage de la problématique

§1 : Choix et spécification de la problématique

Nous partirons des faiblesses principales observées afin de déduire le problème qui se pose au SIC ABePEC.

A-/ Les faiblesses relevées

Elles sont nombreuses et variées. Nous pouvons citer :

- ✓ Un taux de fréquentation du SIC très faible : (seuls deux usagers habitués viennent fréquemment y naviguer et consulter des documents) ;
- ✓ L'obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin, il a été édité depuis 2003 ;

- ✓ Le manque d'espace de rangement pour les documents constituant le fonds documentaire ;
- ✓ Le personnel du sic, précisément celui de la division information et formation doit remplir à la fois des tâches administratives et techniques liées à la documentation ;
- ✓ Le personnel en nombre très limité vu l'ampleur des travaux ;
- ✓ Locaux inadéquats à la conservation de documents : les bâtiments sont vieux et se dégradent de jour en jour ;
- ✓ La salle dans laquelle on conservait le fonds documentaire a été transformée en salle de réunion. Des pans entiers du fonds documentaire ont été déplacés et sont conservés au magasin dans des conditions inadéquates ; à cause de la transformation de la salle où ils étaient conservés en salle de réunion
- ✓ L'ignorance par la majorité des opérateurs économiques et des citoyens de l'existence de l'ABePEC et de son SIC ;
- ✓ L'inexistence d'un réseau formel (établi par des textes de loi) : Juste une collaboration entre l'ABePEC et d'autres structures traitant de commerce ;
- ✓ Le retard dans l'octroi des subventions accordées par l'Etat rend ardue l'acquisition de documents et oblige le SIC à organiser ses activités en comptant sur fonds partenariaux et sur des sponsors.

B-/ Les problèmes majeurs

Ici sont regroupés les problèmes qui constituent un handicap sérieux à l'amélioration des performances du SIC :

- ✓ L'ignorance par la majorité des opérateurs économiques et des citoyens de l'existence de l'ABePEC et de son SIC ;
- ✓ L'inexistence d'un réseau formel (établi par des textes de loi) ;
- ✓ La faiblesse du taux de fréquentation du SIC;
- ✓ L'obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin.

C-/ Analyse des problèmes et présentation des hypothèses

Ces différents problèmes mettent en exergue la collaboration très limitée entre l'ABePEC, son SIC et les acteurs économiques et commerciaux installés au Bénin.

Il y a une participation très timide des entreprises au processus d'échanges et de communication de l'information. La collaboration limitée se démontre à travers la non publication depuis six (6) ans du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin qui a été édité la dernière fois en 2003. Les entreprises doivent pourtant participer au processus de mise-à-jour de ce document capital pour le monde des affaires et de l'investissement du Bénin. La question que nous nous posons est de savoir si elles ne sont pas sous informées à propos des travaux en cours à l'ABePEC.

Le taux de fréquentation très faible du SIC induit que le service documentation pourtant fourni en documents n'est pas connu. L'on

ignore qu'une mine d'informations économiques se trouve en plein cœur de la capitale économique, tout juste en face de la place des martyrs.

Cela est appuyé par le fait de la non appartenance à un réseau documentaire formel. Quel centre de documentation, quelle cellule de communication ne voudrait pas communiquer avec le service de documentation de l'Agence Béninoise pour la Promotion des Echanges commerciaux ?

Cela nous pousse à supposer que bon nombre d'entreprises, de sociétés ignorent totalement l'existence du SIC de l'ABePEC et des nombreuses ressources documentaires qui y sont disponibles. Il se pose donc un problème d'ignorance doublée d'une méconnaissance du SIC ABePEC.

Notre objectif général sera donc de rechercher les voies et moyens à mettre en œuvre pour faire du SIC une référence obligatoire pour toute personne morale ou physique présente dans le monde béninois du commerce.

D-/ Des Objectifs fixés

Après l'étude des problèmes et de leurs causes probables, nous nous sommes fixé comme objectif de **promouvoir le SIC ABePEC**.

La concrétisation de notre objectif se fera à travers la réalisation de missions spécifiques :

- ✓ Informer les acteurs commerciaux sur les opportunités offertes par le SIC afin de pallier l'ignorance de la majorité des opérateurs économiques sur les ouvertures proposées par le SIC ABePEC ;
- ✓ Augmenter le taux de fréquentation;
- ✓ Renforcer la coopération entre l'ABePEC et les Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin afin de mettre à jour le répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin.

E-/ Tableau synthétique des problèmes et des hypothèses et tableau
de bord de l'étude

Pour aider à mieux cerner les problèmes et les défis majeurs auxquels l'ABePEC et son SIC doivent faire face, nous avons fait une série de deux (2) tableaux dans lesquels nous avons inscrit les problèmes, leurs causes et hypothèses et nos objectifs.

Tableaux n°1 : Problèmes et hypothèses

	Problème	Hypothèse
1	Ignorance par la majorité des opérateurs économiques des opportunités offertes par le SIC ABePEC	L'ignorance des opportunités proviendrait de l'absence d'une réglementation cohérente et d'une politique de communication efficiente
2	Faiblesse du taux de fréquentation	La faiblesse du taux de fréquentation découlerait de la fermeture du cyber et de la restriction de la communication des documents du fait de leur stockage en magasin
3	Obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin (la dernière édition date de 2003)	L'obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin serait liée à la léthargie dans la coopération entre le SIC et les entreprises et les opérateurs économiques

Analyse		Problématique	Objectifs	Causes supposées être à la base des problèmes	hypothèses
Général		Méconnaissance du SIC ABePEC	Promouvoir le SIC ABePEC	Ignorance de l'importance du SIC ABePEC	La dévalorisation du SIC ABePEC serait due à l'ignorance de son importance
Spécifiques	1	Ignorance par la majorité des opérateurs économiques des opportunités offertes par le SIC ABePEC	Informers les acteurs commerciaux sur les opportunités offertes par le SIC	Absence d'une réglementation cohérente et d'une politique de communication efficiente	L'ignorance des opportunités proviendrait de l'absence d'une réglementation cohérente et d'une politique de communication efficiente
	2	Faiblesse du taux de fréquentation	Accroître le taux de fréquentation	Fermeture du cyber et restriction de la communication des documents du fait de leur stockage en magasin	La faiblesse du taux de fréquentation découlerait de la fermeture du cyber et de la restriction de la communication des documents du fait de leur stockage en magasin
	3	Obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin (la dernière édition date de 2003)	Renforcer la coopération entre l'ABePEC et les Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin afin de mettre à jour et de réactualiser le répertoire	Léthargie dans la coopération entre le SIC et les entreprises et les opérateurs économiques	L'obsolescence du Répertoire des Entreprises Commerciales et Industrielles du Bénin serait liée à la léthargie dans la coopération entre le SIC et les entreprises et les opérateurs économiques

Tableau n°2 : Tableau de bord de l'étude

§2 : Détermination de la vision globale de résolution de la problématique spécifiée

A-/ Les remises en cause nécessaires

Les responsables du SIC de l'ABePEC doivent se poser des questions de fond afin d'identifier les raisons pour lesquelles le SIC, qui devrait être incontournable, ne l'est pas en fait. Il faut réfléchir sur les moyens légaux, organisationnels et communicationnels à mettre en œuvre pour faire de ce service, la référence en matière d'information et d'opportunités commerciales.

B-/ De la revue de la politique légale, administrative et communicationnelle au niveau du SIC ABePEC

L'établissement du caractère incontournable du SIC pourra se faire à travers trois (3) points précis. Nous vous en donnons les grandes lignes :

- ✓ La proposition de textes de loi qui obligeront les opérateurs à collaborer nécessairement avec le SIC ;
- ✓ La restructuration du SIC et la redéfinition de ses objectifs sont également à mettre en œuvre afin d'attirer les usagers et acteurs commerciaux ;
- ✓ Il faudra faire connaître le SIC à travers des formations, séminaires, ateliers et journées portes ouvertes. Aussi est il important de créer un site web propre au SIC, bien distinct de celui de l'ABePEC où le SIC ne dispose que de quelques pages.

**CHAPITRE 2^{ème} : Du cadre théorique
de l'étude aux conditions de mise en
œuvre des solutions**

Section 1 : Cadre théorique et méthodologie de l'étude

§1 : De la revue de littérature aux objectifs de l'étude

A-/ De l'importance de l'information documentaire à la question de la valorisation des SIC

La question de l'importance des services d'information dans les sociétés humaines ne se pose plus dans de nombreux pays occidentaux et dans les pays en développement avancé. Dans ces pays, l'importance de la fourniture d'une information factuelle et actuelle n'est plus chose à démontrer ou à justifier. L'information est devenue un secteur d'activité à part entière. De nombreux professionnels sont formés en sciences de gestion de l'information qu'il s'agisse d'archivistique, de journalisme, de documentation ou de conservation etc. De grands et prestigieux centres de formation ont d'ailleurs été créés en Europe et en Amérique. C'est le cas de l'Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques (ENSSIB) en France et de l'École de bibliothéconomie et des sciences de l'information de Montréal au Canada. On a assisté également à la mise en œuvre d'actions et de programmes d'institutions internationales comme l'UNESCO en faveur du monde de la bibliothéconomie et de la documentation. Certains services d'information sont devenus des monuments notoires de par le monde : La Library of congress aux Etats-Unis et la Bibliothèque Nationale de France en sont des exemples.

Tout cela démontre le caractère indispensable de l'information dans nos sociétés : l'information y joue un rôle important. Certains auteurs vont même jusqu'à proposer des méthodes d'analyse de la valeur de l'information.

C'est le cas de l'ouvrage produit par Jean Michel et Eric Sutter intitulé ***Valeur et compétitivité de l'information documentaire : Analyse de la valeur en documentation***. Cet ouvrage aide à cerner la valeur appliquée de <<l'information qui constitue 50% de la matière première de l'activité des pays industrialisés>> à travers sa production, son traitement, sa diffusion et son transfert.

Mais, dans notre pays, nous constatons que ces valeurs ne sont pas entièrement acquises et que l'importance de l'information demeure méconnue. Les professionnels ne jouissent pas de la reconnaissance qui devrait être la leur et les services d'information générale ou spécialisée sont tout simplement ignorés. C'est d'ailleurs cette ignorance des services d'information qui nous amène à la rédaction de notre travail, puisqu'à l'occasion de notre stage de fin de formation, nous avons été témoin du peu d'attention que l'on porte aux structures d'information. En effet, lors de notre stage à l'ABePEC, qui est une structure fonctionnant fondamentalement à base d'information commerciale, nous avons constaté que les acteurs du secteur économique et commercial, pour la plupart ignorent totalement, ou ne savent pas exactement ce qu'est l'ABePEC. Ils n'ont pas connaissance des opportunités qu'elle offre en matière de données commerciales. Cela nous ramène à la question récurrente de la visibilité des services d'information. : Que faut-il faire pour améliorer la visibilité d'un SIC ? Comment rendre un SIC incontournable dans sa sphère d'activité ? Comment rendre le SIC ABePEC indispensable aux acteurs commerciaux du Bénin ?

B-/ La réponse des Nations Unies et du Centre du Commerce International

L'Organisation des Nations Unies à travers le Centre du Commerce International propose des documents portant sur la gestion des services d'information commerciale. C'est le cas du document ***Gestion efficace des services d'information commerciale : conseils aux gestionnaires des services d'information commerciale*** qui fournit des informations sur les défis, les missions qui devraient être celles des Services d'information commerciale :

- La capacité d'identification de nouvelles opportunités dans le contexte de la globalisation du commerce ;
- Faire face au développement inégal des sources d'information commerciale ;
- Maîtriser la masse d'information ;
- Absorber les changements technologiques rapides et
- Développer des réseaux actifs d'information à l'échelle nationale, régionale et internationale.

Ce document traite également des points à prendre en considération lors du développement des services d'information commerciale tels que l'actualisation et la disponibilité permanente de l'information commerciale et l'utilité réelle des informations dans les prises de décisions des usagers.

On y développe aussi, et avec précision, des domaines couverts normalement par un service d'information commerciale.

On découvre que le champ d'action des services d'information est assez vaste et recouvre notamment les points suivants :

- la stratégie : l'évaluation des besoins des utilisateurs, l'analyse de la concurrence locale, l'analyse des forces, faiblesses, opportunités et risques et la préparation d'un plan stratégique ;
- l'organisation : l'assistance aux visiteurs, le traitement des demandes d'information, la gestion d'un centre de documentation, le développement d'applications informatiques et de réseaux ;
- la recherche d'information : l'identification de sources, les techniques de recherche sur Internet et les techniques de recherche dans des bases de données spécialisées ;
- la diffusion : les différentes options et modes de diffusion de l'information, les services question-réponse, les services d'alerte ;
- le marketing : la promotion et vente de services d'information, les systèmes de facturation ;
- la formation (de spécialistes en information commerciale) : la formation du personnel, la motivation du personnel, la gestion des connaissances ;
- la sensibilisation (des entrepreneurs) : l'organisation de séminaires de sensibilisation à l'information commerciale, l'utilisation d'Internet pour la promotion de produits et services, la préparation au commerce électronique et cybermarketing ;
- la mesure de performances : définition des critères de succès et indicateurs de progrès, techniques d'évaluation et certification (ISO).

C-/ Des enjeux liés à la fourniture de l'information commerciale

La lecture et l'analyse d'un tel document nous font prendre sérieusement conscience des enjeux de la fourniture et de la mise à disposition réelle d'information commerciale utile, gages de l'amélioration de la visibilité et du caractère indispensable des SIC dans la sphère commerciale.

L'intérêt porté par un organisme d'envergure internationale tel que le Centre de Commerce International à travers l'assistance dont il fait preuve à l'endroit des services d'information commerciale, démontre l'importance véritable des services d'information dans les processus commerciaux.

Cette question a été également examinée par Madame Aurore Gomez en 1998 dans son mémoire intitulé **Perspective de la gestion de l'information à la division de la documentation et des archives du Centre Béninois du Commerce Extérieur** alors que l'ABePEC était encore le Centre Béninois du Commerce Extérieur (CBCE). Elle développe des voies de satisfaction des usagers à travers une évaluation de l'efficacité de la gestion de l'information et la mise en place d'un environnement documentaire dynamique et efficace. Elle insiste également sur une augmentation de l'effectif du personnel et une meilleure gestion de l'espace disponible pour la conservation et la consultation des documents.

D'autres ouvrages majeurs traitent également de la question à travers une insertion et une application du marketing moderne dans le monde de la documentation. Il s'agit de l'ouvrage d'Eric SUTTER publié par l'éditeur ESF intitulé ***Le Marketing des services d'information***.

Ce document qui constitue une référence en la matière, prône une meilleure gestion du système afin de <<rendre la rencontre entre les sources d'information et leurs utilisateurs potentiels possible au bon moment>>. Pour l'auteur, cela n'est possible qu'à travers la détection des attentes de la clientèle cible et la mise en œuvre du Marketing Mix. Une stratégie claire et affichée, une gestion correcte de la clientèle, des produits et services documentaires de premier choix tels que la veille stratégique, permettront de transformer les services d'information et de communication en alliés, en leviers de puissances à la disposition de leurs administrations. En effet, l'information au-delà de sa simplicité est un service.

§2 : Méthodologie adoptée

La méthodologie que nous avons adoptée pour contribuer à l'amélioration de la visibilité du SIC ABePEC est basée, rappelons-le, sur une restructuration en trois (3) étapes : au plan légal, au plan du fonctionnement et enfin au plan de la formation et de l'information.

A-/ Au plan légal

Il s'agira de définir des clauses juridiques qui "obligeront" les acteurs économiques à travailler de concert avec le SIC pour pouvoir élargir leur marché et s'offrir de nouvelles opportunités. Pour ce faire, il faudra consulter des experts en matière d'établissement de textes juridiques et légaux.

B-/ Au plan du fonctionnement

A ce niveau, il est utile de repenser le SIC dont les activités aujourd'hui se limitent quasiment à l'organisation de foires. Il faudra

acquérir de nouveaux documents papiers qui seront mis à la disposition des usagers, avoir une salle de conservation et de consultation des documents car, actuellement, la salle de conservation et de consultation fait également office de salle de réunions et de conférences. Cela porte un préjudice non négligeable au SIC ABePEC (risques de pertes de document). Il sera primordial d'en convaincre les autorités en place en l'occurrence le Directeur Général de l'ABePEC.

Le SIC ABePEC doit se consacrer prioritairement à sa mission qui est la fourniture d'une information commerciale actuelle et factuelle ; et pour cela, il doit être doté des moyens nécessaires.

C-/ Au plan de la formation et de l'information

Il faudra faire connaître le SIC à travers des formations, séminaires, ateliers et journées portes ouvertes. Il faudra aussi créer un site web propre au SIC, bien distinct de celui de l'ABePEC où le SIC ne dispose que de quelques pages. Tout ceci permettra de donner une visibilité non négligeable au SIC.

Des moyens financiers sont donc à mettre en œuvre. Pour ce faire il faudra convaincre les responsables de l'agence du bien fondé de l'organisation de formation sur le commerce et de la mise en œuvre d'une politique d'information pour l'ABePEC et son SIC.

Ces différentes mesures nécessitent une enquête préalable auprès des entreprises et des personnes civiles afin de déterminer en pourcentage le niveau de visibilité du SIC de l'ABePEC.

Section 2 : Des enquêtes de vérification des hypothèses aux conditions de mise en œuvre des solutions

§1 : Enquêtes et vérifications des hypothèses

Ici il s'agira de vérifier les hypothèses émises à travers un sondage auprès de publics cibles. Pour ce faire, nous adresserons des questionnaires. Ces questionnaires seront adressés à deux types de publics :

- aux opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux (cf. annexe 3) et
- aux opérateurs commerciaux personnes morales (cf. annexe 4)

Nous avons opté pour ces populations cibles afin de déterminer si l'ABePEc et son SIC sont connus au niveau des entreprises et des individus pour qui ils sont sensés faire la promotion des échanges commerciaux : les entreprises de cosmétique, de textile, habillement de fabrication et de vente de meubles.

A-/ Dépouillement des questionnaires

Notre travail à ce niveau revient à établir des statistiques claires, précises et fiables suite au décompte des chiffres obtenus après distribution et retrait des questionnaires. Nous signalons que pour l'établissement de ces tableaux de décompte nous avons retenu uniquement les questions jugées importantes; celles qui nous permettront d'établir si le SIC ABePEC est connu dans son existence, sa mission, son fonctionnement et son utilité.

1-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux

Effectif de l'échantillon : Au départ de l'opération nous avons distribué cent (100) questionnaires et reçu à l'arrivée quatre vingt (80) questionnaires.

- ✓ Au niveau de l'existence de l'ABePEC
 - Connaissance de l'ABePEC

Tableau n°3

opinions	nombre	Pourcentage
Oui	50	62,5%
Non	30	37,5%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Localisation

Tableau n°4

opinions	nombre	Pourcentage
Oui	30	37,5%
Non	50	62,5%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Connaissance des missions

Tableau n°5

opinions	nombre	Pourcentage
Oui	20	25%
Non	60	75%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Fréquentation

Tableau n°6

opinions	nombre	Pourcentage
Oui	20	25%
Non	60	75%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- ✓ Au niveau de l'existence du Service Information et communication de l'ABePEC
 - Connaissance du Service Information et communication de l'ABePEC

Tableau n°7

opinions	nombre	Pourcentage
Oui	20	25%
Non	60	75%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Connaissance des missions

Tableau n°8

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	80	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Fréquentation

Tableau n°9

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	20	25%
Non	60	75%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Satisfaction après fréquentation

Tableau n°10

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	/	/
Je l'ignore	20	25%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Utilité de l'existence du SIC ABePEC

Tableau n°11

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	10	12,5%
Non	/	/
Je l'ignore	70	87,5%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

2-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales

Effectif des entreprises enquêtées : 30

Nous avons choisi de nous adresser à un effectif de 30 entreprises afin d'assurer un bon suivi de nos questionnaires.

- ✓ Au niveau de l'existence de l'ABePEC
 - Connaissance de l'ABePEC

Tableau n°12

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	12	40%
Non	18	60%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Localisation

Tableau n°13

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	6	20%
Non	24	80%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Connaissance des missions

Tableau n°14

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	30	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Fréquentation

Tableau n°15

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	30	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Utilité dans l'évolution et la rentabilité de votre entreprise

Tableau n°16

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	12	40%
Non	6	20%
Je l'ignore	12	40%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

✓ Au niveau de l'existence du Service Information et communication de l'ABePEC

- Connaissance du Service Information et communication de l'ABePEC

Tableau n°17

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	30	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Connaissance des missions

Tableau n°18

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	30	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Fréquentation

Tableau n°19

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	/	/
Non	30	100%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Utilité pour l'évolution et la rentabilité de votre entreprise

Tableau n°20

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	12	40%
Non	18	60%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

- Utilité de l'existence du SIC ABePEC

Tableau n°21

Opinions	nombre	Pourcentage
Oui	12	40%
Non	/	/
Je l'ignore	18	60%

Source : résultats du questionnaire 2009 et calculs de l'auteur

B-/ Analyses et déductions issues du dépouillement des questionnaires

1-/ A l'endroit des opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux

Nous assistons ici à un cas d'ignorance de l'existence de l'ABePEC elle même et une méconnaissance quasi-totale du SIC de l'agence. Les statistiques sont probantes : à peine un peu plus de la moitié de notre échantillon connaît l'ABePEC : ici 62,5% tandis que plus du tiers en ignore l'existence. Les 62,5%, ne savent même pas où elle se situe ; 75% en ignorent la mission et ne s'y sont jamais rendus.

Au niveau de la reconnaissance publique du SIC, seuls 25% des personnes questionnées connaissent l'existence du service d'information de l'ABePEC. Les 75% autres en ignorent totalement l'existence et ne s'y sont jamais rendues. Aucune d'elles n'en connaît les missions.

Quand il s'agit de déterminer la satisfaction en pourcentage, seuls 25% de l'effectif s'expriment et là encore il s'agit d'indécision.

Au niveau de l'utilité de l'existence du SIC ABePEC, seuls 12,5% estiment nécessaire la mise sur pied du SIC. Les 87,5% sont restés indécis.

Après analyse des statistiques obtenues, nous tirons comme conclusion qu'aussi bien l'ABePEC que son Service Information et Communication (SIC) sont méconnus par le public qui en ignore l'existence, la localisation et les missions.

2-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales

Au niveau des sociétés et entreprises, seules 12 entreprises (40%) sur les 30 questionnées connaissent l'ABePEC. Les 18 restantes (60%) n'en savent rien ; les 80% ne pourraient même pas la situer et aucune des entreprises de notre échantillon n'a une idée précise de la mission de l'ABePEC. Elles n'y ont d'ailleurs jamais mis les pieds. Mais nous constatons que les entreprises ont une certaine conscience de l'importance de l'agence pour leurs activités : 40% estiment que l'ABePEC est utile à l'évolution et à la rentabilité de leur système et 20% pensent que non. 40% restent dans l'indécision.

Quant au SIC ABePEC, aucune des 30 entreprises questionnées ne connaît ni le SIC ni sa mission. Aucune d'elles n'a jamais été en rapport avec ce service.

60% de l'effectif pensent même que le SIC est totalement inutile à l'évolution de leurs affaires et 60% encore de l'effectif sont indécis sur la question de l'utilité de l'existence du SIC. Seules 40% des entreprises pensent que le SIC leur serait d'une aide appréciable et mérite d'exister.

Ces statistiques expriment la dure réalité de la méconnaissance de l'ABePEC et de son SIC. Les chiffres ne trompent pas et sont précis. Ils sont l'expression scientifique de l'ignorance dont est l'objet un service d'information des plus importants pour l'économie et le commerce béninois : le SIC ABePEC, qui devrait constituer la plaque tournante de toute l'activité commerciale aussi bien locale que celle orientée vers l'extérieur.

Il est donc urgent et impérieux pour nous de proposer des voies et moyens de résolution du problème après l'avoir diagnostiqué à travers les données chiffrées.

§2 : Approches de solutions et conditions de mise en œuvre

A-/ Approches de solutions

Les solutions que nous proposons ici sont la suite logique de notre vision globale de résolution du problème. Elles seront donc réparties en trois (3) groupes : les solutions d'ordre légal, les solutions concernant l'organisation fonctionnelle du SIC, et les solutions liées à la formation et à l'information ; bref des solutions liées à l'amélioration de l'image de marque du SIC ABePEC.

1-/ Des solutions légales

Les textes légaux devront amener les opérateurs économiques à avoir recours à l'ABePEC et à son SIC en tant que partenaires ou conseils pour leurs activités locales et régionales et internationales. Cela permettra d'une part aux entreprises privées et publiques appuyées par cette agence d'Etat d'être mieux informées et plus crédibles sur le plan

international et d'autre part à l'agence et son SIC d'être un vecteur permanent et incontournable d'informations et d'échanges commerciaux.

Des textes légaux doivent être sérieusement pensés et formulés. Leur rédaction doit être confiée à des personnes ressources, compétentes et expertes en matière juridique et législative.

Signalons que ces textes ne devront pas créer une situation de dépendance des entreprises vis-à-vis de l'ABePEC et de son SIC mais plutôt engendrer un partenariat gagnant à tous les niveaux.

2-/ Des solutions organisationnelles

Le SIC de l'ABePEC doit être repensé au niveau de ses objectifs, de ses missions effectives sur le terrain et des moyens doivent être mis à sa disposition. Dans le cadre des solutions relatives à son organisation :

- le SIC doit se consacrer principalement aux travaux de documentation commerciale (collecte, traitement et diffusion de l'information d'ordre commercial). Les tâches administratives ne doivent plus occuper la majeure partie du temps de travail de ses agents ;
- Un recrutement de personnel est souhaité ; un ou deux agents devraient être engagés afin de renforcer l'effectif du SIC.
- des moyens techniques doivent être mis à la disposition du service : salle de rangement convenable, rayonnages, espace suffisant de lecture pour la consultation sur place, une photocopieuse et un scanner pour la reproduction des documents autorisés ;

- la documentation du SIC de l'ABePEC doit être remise à jour ; en effet, elle est vieillissante. Une politique d'acquisition accompagnée de moyens doit être mise en œuvre afin de fournir des informations factuelles et actuelles aux usagers.

Ainsi le SIC doit acquérir de nouveaux exemplaires de périodiques commerciaux tel que le MOCI et les dernières éditions du Kompass qui constitue un "must" à posséder par tout centre de documentation commerciale.

- les documents produits par ce service doivent également connaître des mises à jour et les documents nouvellement parus doivent être produits réellement à fréquence stable (le bulletin de l'ABePEC) ;
- le SIC de l'ABePEC devra disposer d'un centre de recherche sur Internet performant afin d'attirer les nombreux usagers très intéressés par le web et ses ressources illimitées.
- L'ABePEC devra s'évertuer à obtenir des subventions auprès des organismes internationaux comme, l'OMC (Organisation Mondiale du Commerce), avec lesquels elle collabore, pour l'acquisition de documents commerciaux stratégiques.

3-/ Des solutions liées à la formation et à l'information

Les présentes solutions visent à faire connaître l'ABePEC et son service d'information. En effet, le monde du commerce local et extérieur ne doit plus ignorer l'existence de l'ABePEC. Par conséquent :

- l'ABePEC devra se doter d'une politique de communication professionnelle et crédible. Elle devra se rapprocher et s'inspirer d'une

agence de communication de la place reconnue pour son expertise et sa compétence.

-l'ABePEC et son SIC doivent se mettre en valeur à travers les foires, séminaires, formations, ateliers et autres journées portes ouvertes qu'elle organise chaque année.

- le SIC de l'ABePEC doit disposer d'un site Web propre à lui. Ce site sera géré par le service d'information dans son alimentation en information et dans sa mise à jour constante. On y retrouvera des informations concernant le service d'information, ses missions, activités et services, ses produits documentaires, son fonds documentaires et ses nouvelles acquisitions.

- le SIC de l'ABePEC devra disposer d'un centre performant de recherche sur Internet afin d'avoir accès aux ressources illimitées du web.

- des étrennes et autres gadgets publicitaires à l'effigie de l'ABePEC doivent être distribués suivant une fréquence plus ou moins régulière aux usagers, aux opérateurs économiques et à toute personne en contact avec l'agence.

B-/ Conditions de mise en œuvre

1-/ Conditions de mise en œuvre des textes légaux

La mise en œuvre des textes légaux ne sera possible qu'à travers une volonté de réalisation effective des autorités politiques et législatives du pays. Il faudra les convaincre du bien fondé de l'existence et de l'application de tels textes pour l'économie et le commerce de notre pays, le Bénin. Il est également utile et nécessaire de leur démontrer les

avantages pratiques et réels que les entreprises et l'économie nationale pourraient obtenir de ce partenariat.

Aussi l'ABePEC et ses responsables de l'information commerciale doivent-ils établir un document faisant l'évaluation des apports et effets positifs liés à une telle collaboration.

2-/ La mise en œuvre des solutions au plan organisationnel

Sur le plan organisationnel, les responsables du SIC devront sensibiliser et convaincre leur responsable en chef de la nécessité de mettre en œuvre les réformes suggérées. Ils devront lui faire accepter la nécessité de réformer et de renforcer les activités de leur service pour le bien-être de l'agence, car le SIC constitue le cœur des activités de l'ABePEC.

Le personnel du SIC quant à lui, devra se donner totalement et de manière professionnelle à la mise en place de ces changements organisationnels qui permettront à son service d'être réellement incontournable dans la sphère commerciale locale et étrangère.

3-/ La mise en œuvre des solutions liées à la formation et à l'information

Au plan de la formation et de l'information, il sera surtout question de moyens financiers. En effet la communication, pour être efficace, nécessite de grands moyens. Les ressources financières, humaines voire intellectuelles devront être mises à la disposition du SIC. Ainsi il serait intéressant d'engager un ou deux professionnels de la documentation en appui au personnel.

Une application rigoureuse de la politique de communication nouvellement définie devra s'opérer ainsi que l'organisation à fréquences régulières et stables des formations de l'ABePEc à l'endroit des opérateurs et acteurs de l'économie et du commerce.

CONCLUSION GENERALE

La mise en place d'une collaboration sur une base légale entre le SIC et le monde du commerce, la refonte de l'organisation et du fonctionnement de ce dernier et la mise en œuvre d'une politique professionnelle de formation et d'information à l'ABePEC permettront sûrement d'améliorer son image de marque. Ces mesures, si elles sont mises en œuvre méthodiquement et professionnellement, rendront à coup sûr le SIC incontournable dans la sphère commerciale du Bénin. L'agence et son SIC deviendront réellement indispensables aux opérateurs économiques désireux de faire des affaires tout en disposant d'un soutien technique en informations et opportunités commerciales.

Mais il faudrait que les autorités politiques et administratives du Ministère du Commerce et du Gouvernement aient une vision claire de la nouvelle image de l'ABePEC et une volonté d'émergence effective afin que les solutions proposées puissent déboucher sur du concret. Le SIC ABePEC étant un outil au service du développement commercial du Bénin, il est absolument nécessaire que les hauts responsables s'intéressent à sa bonne marche et le dotent de moyens nécessaires pour remplir sa mission.

Le SIC ABePEC est une mine d'informations commerciales techniques et stratégiques qui doivent être absolument prises en compte par tout entrepreneur qui désire réussir dans le commerce et les échanges. Les entrepreneurs et opérateurs économiques doivent donc travailler, collaborer étroitement avec l'ABePEC.

Un partenariat est donc plus que jamais utile. L'observation est aussi valable pour les opérateurs économiques étrangers voulant

investir en République du Bénin : s'ils veulent réussir rapidement, ils doivent s'intéresser, se renseigner et collaborer avec l'ABePEC et son SIC.

En définitive, le SIC de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux, pour remplir convenablement et correctement sa mission, a besoin d'être doté de moyens logistiques, techniques et financiers adaptés aux activités de collecte et de distribution d'informations actuelles. Mais il doit en outre disposer d'une très bonne visibilité afin que toute personne en quête d'information commerciale pertinente sache qu'elle en dispose au SIC/ABePEC situé à la Place du Souvenir.

BIBLIOGRAPHIE

Association des Bibliothécaires Français (1983) : <<**Le métier de Bibliothécaire.**>>, Promodis

Association française des Documentalistes et Bibliothécaires Spécialisés (1981) :

<< **Manuel du bibliothécaire documentaliste dans les pays en développement.**>>, Presses Universitaire de France

Audras, Michèl et Sansaloni, Rémy (2001) :<<**Les études marketing documentaires : Transformez votre documentation en Information stratégique.**>>, Paris, DUNOD

Centre du Commerce international CNUCED/OMC (1997) :<< **Thésaurus du Langage du Commerce International : Révision 3.**>>, Genève, CCI

Centre du Commerce international CNUCED/OMC (2001) : << **Gestion efficace des services d'information commerciale : Conseils aux gestionnaires de services d'information commerciale.**>>, Genève, METCO

Conseil des professeurs (2007) : <<**Référentiel des Mémoires.**>>, Mimographe, École Nationale d'Administration et de Magistrature

Décret Présidentiel N°2007-188 du 20 Avril 2007 Portant approbation des Statuts de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges commerciaux (ABePEC)

Département Technologique et Sciences de l'Homme (1990) :<<**Rapport sur les relations entre les Bibliothèques d'Universités et les entreprises.**>>, Mimographe, Université de Compiègne

Gomez, Aurore (1998) :<<**Perspective de la gestion de l'information à la division de la documentation et des archives du Centre Béninois du Commerce Extérieur (CBCE).**>>, Mimographe, Ecole Nationale d'Administration

Larousse (2005) : << **Le petit Larousse grand format en couleur.**>>, Paris, Larousse

Michel, Jean et Sutter, Eric (1991) :<<**Valeur et compétitivité de l'information documentaire : Analyse de la Valeur en documentation.**>>, ADBS Editions

Réseau Documentaire pour le Développement (1994) :<< **La communication au cœur du métier de documentaliste : 7^e Séminaire du réseau (Sept 1993).**>>, Paris, IBISCUS

Richter, Brigitte (1982) :<< **Précis de bibliothéconomie.**>>, K.G. Saur

Sutter, Eric (1985) :<<**Pour une approche industrielle de la fonction documentaire.**>> Congrès national sur l'information et la documentation, n°6.IDT 85, Juin

Sutter, Eric (1992) : <<**Services d'information et qualité : comment satisfaire les utilisateurs**>>, Paris, ADBS

Sutter, Eric (1994) :<<**Le marketing des services d'information : Pour un usage de l'information documentaire.** >>, Paris, ESF Editeur

NB : Cette bibliographie a été établie suivant les indications du Référentiel des Mémoires de l'École Nationale d'Administration et de Magistrature du Bénin.

ANNEXES

LISTE DES ANNEXES

Annexe n°1 : Décret Présidentiel N°2007-188 du 20 Avril 2007

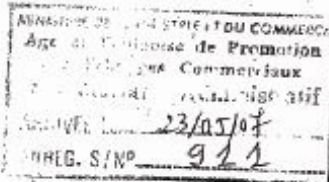
Annexe n°2 : Organigramme de l'ABePEC

Annexe n°3 : Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux

Annexe n°4 : Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales

**Annexe n°1 : Décret Présidentiel
N°2007-188 du 20 Avril 2007**

TMt.
REPUBLIQUE DU BENIN
PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE



DECRET N° 2007-188 DU 20 AVRIL 2007

Portant approbation des Statuts de
l'Agence Béninoise de Promotion des
Echanges Commerciaux (ABePEC).

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,
CHEF DE L'ETAT,
CHEF DU GOUVERNEMENT,

- Vu** la loi n° 90-032 du 11 décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin ;
- Vu** la loi n° 94-009 du 28 juillet 1994 relative à la création, à l'organisation et au fonctionnement des offices à caractères social, culturel et scientifique ;
- Vu** la proclamation le 29 mars 2006 par la Cour Constitutionnelle des résultats définitifs de l'élection présidentielle du 19 mars 2006 ;
- Vu** le décret n° 2006-613 du 19 novembre 2006 portant composition du Gouvernement et les décrets n° 2006-622 du 29 novembre 2006 et n° 2007-002 du 08 janvier 2007 qui l'ont modifié ;
- Vu** le décret n° 2006-268 du 14 juin 2006 fixant la structure-type des Ministères ;
- Vu** le décret n° 2006-387 du 27 juillet 2006 portant attributions, organisation et fonctionnement du Ministère de l'Industrie et du Commerce ;
- Sur** proposition du Ministre de l'Industrie et du Commerce ;
- Le** Conseil des Ministres entendu en sa séance du 28 mars 2007 ;

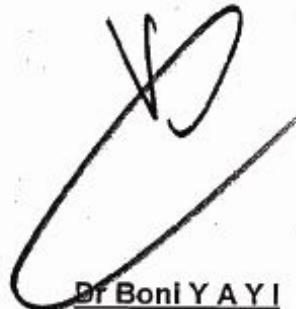
D E C R E T E

Article 1^{er} : Sont approuvés, les statuts de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) tels qu'ils figurent en annexe à ce décret.

Article 2 : Le Ministre de l'Industrie et du Commerce et le Ministre du Développement, de l'Economie et des Finances sont chargés chacun en ce qui le concerne, de l'application du présent décret qui abroge toutes dispositions antérieures contraires et qui sera publié au Journal Officiel.

Fait à Cotonou, le 20 avril 2007

Par le Président de la République,
Chef de l'Etat, Chef du Gouvernement,



Dr Boni Y A Y I

Le Ministre du Développement,
de l'Economie et des Finances,



Pascal Irénée KOUPAKI.-

Le Ministre de l'Industrie
et du Commerce,



Moudjaïdou-Issoufou SOUMANOU

AMPLIATIONS : PR 6 AN 4 CC 2 CS 2 HAAC 2 CES 2 MDEF 4 MIC 4 AUTRES
MINISTERES 21 SGG 4 DGBM-DCF- DGTCP- DGID- DGDDI 5 BN-DAN-DLC 3
GCONB-DGCST-INSAE-IGE 4 BCP-CSM-IGAA 3 UAC-ENAM-FADESP 3 UNIPAR-
FDSP 2 JO 1.

STATUTS DE L'AGENCE BENINOISE DE PROMOTION DES ECHANGES COMMERCIAUX (ABePEC)

Article

TITRE PREMIER : DE LA CREATION, DE L'OBJET, DU SIEGE SOCIAL, ET DE LA DOTATION

Chapitre 1 : De la création, de l'objet et du siège social

Article 1^{er} : Il est créé en République du Bénin un Etablissement Public à caractère social dénommé "Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC)".

Article 2 : L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière et est régie par les dispositions des présents statuts ainsi que celles de la loi n° 94-009 du 28 juillet 1994, portant création, organisation et fonctionnement des Offices à caractère social, culturel et scientifique.

Article 3 : L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est placée sous la tutelle du Ministère chargé du Commerce.

Article 4 : L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est chargée de promouvoir le développement des échanges commerciaux au niveau national et avec l'extérieur, conformément à la politique nationale de développement du commerce.

A ce titre, elle est chargée :

- de faciliter les relations d'affaires entre opérateurs économiques nationaux et leurs homologues étrangers ;
- d'assurer la collecte, le traitement et la diffusion de l'information économique et commerciale au profit des opérateurs économiques ;
- de suggérer toutes les mesures propres à rationaliser le commerce, stimuler les exportations, diversifier les sources d'importation et améliorer les conditions de leur réalisation ;
- de contribuer à la coordination des efforts des organismes nationaux concourant au développement des échanges commerciaux tant au niveau national qu'avec le reste du monde ;
- d'offrir une assistance conseil aux opérateurs économiques dans la recherche et la prospection des débouchés intérieurs et extérieurs pour leurs produits ;

- de constituer une banque de données sur les opportunités d'affaires au Bénin ;
- de contribuer à la formation sur les techniques de Commerce International ;
- de contribuer à l'élaboration des stratégies sectorielles de développement et de promotion des exportations ;
- de coordonner et d'organiser en liaison avec les Ministères et autres structures concernés, la participation de la République du Bénin aux manifestations commerciales régionales et internationales et d'encourager l'organisation de foires et expositions commerciales sur le plan national ;
- d'assurer toutes autres fonctions pouvant concourir à la promotion des échanges commerciaux.

Article 5 : Le siège social de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est fixé à Cotonou.

Il pourra être transféré en tout autre lieu du territoire de la République du Bénin par décision du Gouvernement sur proposition motivée du Conseil d'Administration de l'Agence.

Chapitre 2 : Du Fonds de Dotation (Ressources)

Article 6 : Les ressources de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) proviennent :

- des apports en nature constitués des immeubles et matériels appartenant à l'Etat et mis à sa disposition ;
- des dotations annuelles de l'Etat. Elles seront décidées dans le cadre de la Loi des Finances sur proposition du Ministre chargé du Commerce. Ces dotations sont inscrites dans le budget de l'Agence ;
- des affectations de ressources provenant des activités de réglementation du secteur du Commerce ;
- des subventions et autres contributions émanant des institutions, des organisations professionnelles, des partenaires au développement, des groupements professionnels et des opérateurs économiques ;
- des produits issus de diverses prestations faites aux tiers ;
- des emprunts ;
- des dons et legs d'origine nationale et/ou étrangère.

TITRE II : DES ORGANES D'ADMINISTRATION

Article 7 : L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est administrée par un Conseil d'Administration constitué de représentants de l'Etat, d'Institutions du secteur privé et du personnel.

Article 8 : Le Conseil d'Administration est composé de neuf (09) membres dont cinq (05) du secteur public ; trois (03) du secteur privé et un (01) représentant du personnel.

a) Représentants du Secteur Public

- Le Ministre chargé du Commerce ou son représentant ;
- Le Ministre chargé des Finances ou son représentant ;
- Le Directeur Général du Commerce Extérieur ;
- Le Directeur Général du Port Autonome de Cotonou ;
- Le Directeur Général de la Société Nationale de Promotion Agricole.

b) Représentants du secteur privé

- Le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin (CCIB) ou son représentant ;
- Le Président de la Chambre d'Agriculture du Bénin ou son représentant ;
- Le Président de la Chambre des Métiers ou son représentant.

c) Représentant du personnel

- Un (1) représentant du personnel élu en Assemblée Générale des travailleurs de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC).

Article 9 : Le Conseil d'Administration est présidé par le Ministre chargé du Commerce.

La vice-Présidence est assurée par le Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin.

Article 10 : Les membres du Conseil d'Administration sont nommés par décret pris en Conseil des Ministres sur proposition des administrations et des institutions qu'ils représentent pour un mandat de trois (03) ans renouvelable une fois.

En cas de vacance de siège par mutation, démission, décès ou pour nécessité de service, l'Autorité ayant proposé la nomination du membre à ce siège, pourvoit à son remplacement pour la durée du mandat restant à courir.

Article 11 : Le Conseil d'Administration est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir au nom de l'Agence et pour autoriser tous actes ou opérations relatifs à son objet.

Il a notamment les pouvoirs suivants dont l'énumération n'est pas limitative :

- il définit les grandes orientations de la politique de développement de l'Agence dans le respect de la politique nationale de développement du secteur ;
- il examine et approuve chaque année dans les délais fixés par la loi et ce, sur proposition du Directeur Général :

- le programme d'activités et le budget pour l'exercice suivant ;
 - les comptes de l'exercice écoulé.
- il arrête par période annuelle les notes, les indicateurs quantitatifs et qualitatifs qui permettent d'évaluer les performances de l'Agence ainsi que celles de ses dirigeants ;
 - il rend compte de ses travaux au Ministre de tutelle ;
 - il approuve l'organigramme de l'Agence ;
 - il adopte le manuel de procédure de l'ABePEC ;
 - il propose, au Ministre de tutelle par un rapport motivé, toutes modifications aux statuts qui lui paraissent utiles ou indispensables pour assurer le bon fonctionnement ou le développement de l'Agence notamment :
 - l'extension ou la restriction de l'objet social ;
 - le déplacement du siège social.
 - il se prononce sur la fixation des avantages et salaires du personnel conventionné ou contractuel de l'Agence ;
 - il fixe des primes en faveur du personnel de l'Agence sur la base des résultats atteints au regard des objectifs préalablement déterminés.

Article 12 : Le Conseil d'Administration se réunit en session ordinaire au moins deux fois par an :

- une première fois pour apprécier le programme d'activités et le budget prévisionnel de l'exercice suivant ;
- une seconde fois pour examiner et approuver les comptes de l'exercice écoulé.

La convocation adressée aux membres précise l'ordre du jour de la session et devra leur parvenir au moins quinze (15) jours avant la date de la tenue de cette session.

Un administrateur empêché peut donner procuration à un autre membre du Conseil d'Administration.

Nul ne peut détenir plus d'une procuration par session.

Article 13 : Le Conseil d'Administration ne peut valablement délibérer que si le nombre des membres présents atteint au moins les 2/3 du nombre des administrateurs. Si ce quorum n'est pas atteint, un constat de carence est adressé aussitôt et simultanément au Ministre chargé du Commerce et au Ministre chargé des entreprises publiques et semi-publiques. Une nouvelle réunion est convoquée sur le même ordre du jour dans un délai de quinze (15) jours. Dans ce cas, le Conseil d'Administration délibère valablement quel que soit le nombre de membres présents.

En cas d'absence du Président, le Conseil d'Administration est dirigé par son Vice-Président.

En cas d'absence du Président et du Vice-Président, le Conseil d'Administration désigne en son sein un Président de séance.

Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents et constatées par un procès-verbal.

En cas de partage des voix, celle du Président est prépondérante.

Un rapport circonstancié des délibérations du Conseil d'Administration doit être adressé dans les quinze (15) jours qui suivent au Ministre de tutelle.

Article 14 : Le Conseil d'Administration peut se réunir en session sur convocation de son Président à la demande des 2/3 de ses membres ou sur proposition du Directeur Général. Cette réunion doit être convoquée sur un ordre du jour précis, et se tenir dans un délai maximum de quinze (15) jours après la réception de la requête par le Président.

Article 15 : Le Directeur Général de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) et le Commissaire aux comptes assistent aux réunions du Conseil d'Administration avec voix consultative.

Le Conseil d'Administration peut faire appel à toute personne ressource dont la compétence lui paraît utile dans l'accomplissement de sa mission.

Article 16 : Le Secrétariat du Conseil d'Administration est assuré par le Directeur Général de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC).

Article 17 : La fonction de membre du Conseil d'Administration est gratuite et ne donne droit à aucun salaire. Toutefois, les membres du Conseil d'Administration bénéficient des indemnités de session pour les réunions statutaires conformément aux textes en vigueur.

Article 18 : Il est interdit aux administrateurs de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) de contracter sous quelque forme que ce soit des emprunts auprès de l'Agence, de se faire consentir par elle un découvert en compte courant ou autrement, ainsi que de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements vis-à-vis des tiers.

TITRE III : DES ORGANES DE GESTION

Article 19 : L'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC) est gérée par un Directeur Général assisté d'un Comité de Direction.

Chapitre 1 : De la Direction Générale de l'Agence de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC)

Article 20 : La gestion quotidienne de l'Agence est assurée par un Directeur Général. Il peut être assisté d'un Directeur Général Adjoint qui le remplace en cas d'absence.

ou d'empêchement et à qui il délègue une partie de ses pouvoirs, sauf dans le domaine de l'ordonnancement des dépenses.

Article 21 : Le Directeur Général de l'Agence est nommé par Décret pris en Conseil des Ministres sur proposition du Ministre en charge du Commerce parmi les cadres supérieurs de niveau universitaire (BAC + 5 ans au moins) de la Fonction Publique ou du secteur privé et ayant des compétences prouvées en matière de gestion d'entreprise pour une période de trois (03) ans renouvelable une fois.

Le Directeur Général Adjoint est nommé dans les mêmes conditions.

Article 22 : La Direction Générale de l'Agence est organisée en Départements et en Services.

Article 23 : Les Directeurs de Départements sont nommés par arrêté du Ministre chargé du Commerce sur proposition du Directeur Général.

Article 24 : Les Chefs de Service sont nommés par note de service du Directeur Général.

Article 25 : Le Directeur Général de l'Agence :

- élabore le programme d'activités et le budget prévisionnel de l'Agence qu'il soumet à l'appréciation du Conseil d'Administration ;
- élabore l'organigramme qu'il soumet au Conseil d'Administration ;
- assure l'exécution des décisions prises par le Conseil d'Administration à qui il rend compte ;
- détermine l'effectif du personnel nécessaire à la bonne marche de l'Agence ;
- procède à l'embauche et au licenciement du personnel dans le respect de la réglementation en vigueur ;
- représente l'Agence vis-à-vis des tiers ;
- assiste avec voix consultative aux délibérations du Conseil d'Administration dont il assure le secrétariat ;
- peut, après avis conforme du Conseil d'Administration et accord du Ministre de tutelle et de celui chargé des Finances, contracter des emprunts au nom et pour le compte de l'Agence.

Article 26 : Le Directeur Général est l'ordonnateur du budget de l'Agence ; il représente l'Agence dans tous les actes de la vie civile, notamment à l'égard des tiers et des usagers. Il peut ester en justice au nom de l'Agence.

Article 27 : Le Directeur Général de l'Agence peut saisir le Président du Conseil d'Administration de la tenue d'une réunion du Conseil. Celle-ci doit être convoquée

sur un ordre de jour précis et se tenir dans un délai maximum de quinze (15) jours après réception de la requête par le Président.

Article 28 : Le Directeur Général est responsable du développement de l'Agence dans le respect des orientations données par le Conseil d'Administration.

A cet effet, il soumet à l'approbation du Conseil d'Administration au plus tard trois (03) mois avant la fin de l'exercice en cours un programme d'activités pour l'exercice suivant.

Article 29 : Le personnel de l'Agence est composé d'Agents Permanents de l'Etat, d'Agents Conventionnés et d'Agents Contractuels.

Chapitre 2 : Du Comité de Direction de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC)

Article 30 : Le Comité de Direction est un organe consultatif obligatoire de l'Agence. Il est composé comme suit :

Président : le Directeur Général de l'Agence

Vice-Président : le Directeur Général Adjoint de l'Agence

Membres :

- Les Directeurs de Départements ;
- Les Chefs de Service ;
- Deux (02) délégués du personnel de l'Agence élus en Assemblée Générale.

Article 31 : Le Comité de Direction est consulté pour les décisions importantes telles que l'élaboration du programme d'activités et du budget de l'Agence.

Il peut également être consulté sur toutes affaires que le Directeur Général de l'Agence lui soumet.

Il est réuni à la diligence du Directeur Général qui lui soumet un ordre du jour.

TITRE IV : DE L'ANNEE SOCIALE, DES COMPTES SOCIAUX ET DU CONTROLE DE GESTION

Article 32 : L'année sociale correspond à l'année civile.

Article 33 : La comptabilité de l'Agence est de type SYSCOA (Système Comptable Ouest Africain) et est soumise au contrôle d'un commissaire aux comptes assermenté.

Article 34 : Le Directeur Général de l'Agence est tenu trois (03) mois avant la fin d'un exercice, d'établir conformément au plan comptable adopté, le budget de

fonctionnement, le budget d'investissement, le budget de trésorerie et les états financiers prévisionnels.

Article 35 : Le budget de l'Agence est voté en équilibre des recettes et des dépenses.

Article 36 : Le Comptable de l'Agence est soumis aux règles législatives et réglementaires régissant les comptables publics.

Article 37 : L'Agence est soumise au contrôle du Ministre chargé du Commerce qui s'assure de la qualité de la gestion. Ce contrôle est exercé essentiellement pour vérifier si les objectifs fixés pour l'Agence sont conformes aux grandes orientations définies par le Gouvernement.

Article 38 : Le Directeur Général de l'Agence doit tout mettre en œuvre pour faciliter les opérations susvisées. La durée de ces contrôles doit être déterminée quand ils sont ordonnés, éventuellement prolongés d'un nouveau délai précis en cas de nécessité et sur rapport circonstancié des agents chargés de ces contrôles.

En aucun cas, les frais afférents à ces contrôles ne sont imputables au budget de l'Agence.

Aucun document comptable, technique ou commercial ne peut être saisi ou sorti des locaux de l'Agence, sauf à en donner décharge régulière du Directeur Général.

TITRE V : DU COMMISSARIAT AUX COMPTES

Article 39 : Un (01) Commissaire aux Comptes remplissant les fonctions légales est nommé par décret pris en Conseil des Ministres pour un mandat de trois (03) ans renouvelable une (01) fois.

Le Commissaire aux Comptes exécute sa mission selon les obligations légales en vigueur.

Il adresse son rapport directement et simultanément au Directeur Général de l'Agence et au Président du Conseil d'Administration.

Le Commissaire a droit à une rémunération fixée par décret pris en Conseil des Ministres. Cette rémunération est prise en compte et est portée aux charges d'exploitation.

TITRE VI : DE LA TRANSFORMATION ET DE LA DISSOLUTION DE L'AGENCE

Article 40 : Sur rapport motivé du Directeur Général, le Conseil d'Administration peut proposer la transformation de l'Agence.

La proposition est soumise au Ministre de tutelle et au Ministre Chargé des
Entreprises Publiques et Semi-publiques qui saisissent conjointement le Conseil des
Ministres.

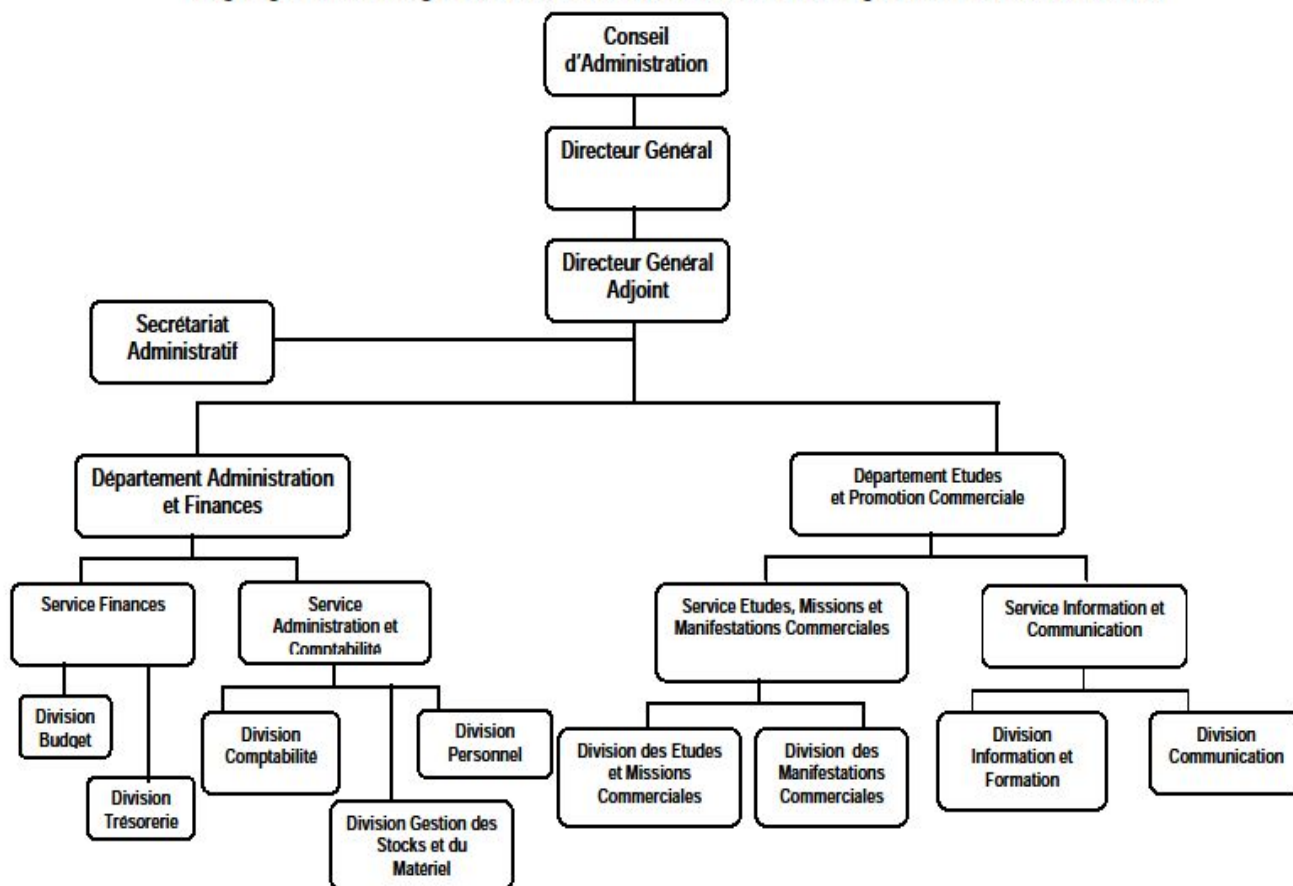
Le cas échéant, l'évaluation de la valeur nette de l'Agence est établie par un
expert indépendant.

La transformation de l'Agence n'entraîne pas sa dissolution.

Article 41 : La dissolution de l'Agence est décidée par le Conseil des Ministres sur
avis motivé du Conseil d'Administration.

**Annexe n°2 : Organigramme
de l'ABePEC**

Organigramme de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux (ABePEC)



**Annexe n°3 : Questionnaire destiné
aux opérateurs commerciaux
individus et autres personnes
physiques non opérateurs
commerciaux**

Monsieur/ Madame

Je m'appelle AHOHUENDO Ghislain Marie-Joël. Je suis étudiant en Sciences et Techniques de l'Information Documentaire (STID) au Centre de Formation aux Carrières de l'Information (CEFOCI) de l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM) du Bénin.

Dans le cadre de mon mémoire de fin de formation du second cycle ayant pour objet de "**Rendre le Service Information et Communication de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux incontournable dans la sphère commerciale béninoise**", je réalise une enquête. Elle me permettra, à travers le questionnaire ci-joint de faire des suggestions objectives pour l'amélioration des services proposés par le SIC ABePEC.

Merci de bien vouloir le remplir.

Questionnaire de recherche

Identification de l'individu

Nom et prénoms : (Facultatif)

Profession :

Niveau d'étude :

Sexe :

Âge :

❖ Au niveau de l'existence de l'ABePEC

1-/ Connaissez-vous l'ABePEC ?

Oui Non

● Vos proches connaissent-ils l'ABePEC ?

Oui Non

● Savez-vous où elle se situe ?

Oui Non

• Si non, pourquoi ?

2-/ Connaissez-vous sa mission ?

Oui Non

• Sinon, pourquoi ?

3-/ L'avez-vous déjà fréquentée?

Oui Non

- Si non, Projetez-vous de vous y rendre ? Pourquoi ?

.....
.....

❖ Au niveau de l'existence du Service Information et communication de l'ABePEC

1-/ Connaissez-vous le Service Information et communication de l'ABePEC ?

Oui Non

- Vos proches connaissent-ils le Service Information et communication de l'ABePEC ?

Oui Non

2-/ Connaissez-vous sa mission ?

Oui Non

- Sinon, pourquoi ?

3-/ L'avez-vous déjà fréquenté?

Oui

- Si oui pourquoi ?

Recherche d'information recherche d'opportunité d'affaire participation aux foires ou informations sur les foires autres

- Si oui combien de fois avez-vous fréquenté l'agence ?

1 fois 2 fois 3 fois plus de 5 fois plus de 10 fois plusieurs fois

Non

- Si non, Projetez-vous de vous y rendre ? Pourquoi ?

.....
.....

4-/ Vous l'avez déjà fréquenté. Êtes-vous satisfait des informations et orientations que vous y avez reçues ?

Oui Non Partiellement

5-/ Auriez-vous souhaité des améliorations dans la qualité des prestations offertes ? Si oui, lesquels ?

.....
.....

.....
.....

6-/ Jugez-vous utile l'existence du SIC ABePEC ?

Oui Non je l'ignore

- Si non, pourquoi ?

.....
.....
.....
.....

7-/ Vos suggestions pour une meilleure visibilité du SIC ABePEC

.....
.....
.....
.....
.....

Merci d'avoir bien voulu répondre aux questions.

**Annexe n°4 : Questionnaire destiné
aux opérateurs commerciaux
personnes morales**

Monsieur/ Madame

Je m'appelle AHOHUENDO Ghislain Marie-Joël. Je suis étudiant en Sciences et Techniques de l'Information Documentaire (STID) au Centre de Formation aux Carrières de l'Information (CEFOCI) de l'Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM) du Bénin.

Dans le cadre de mon mémoire de fin de formation du second cycle ayant pour objet de **“Rendre le Service Information et Communication de l'Agence Béninoise de Promotion des Echanges Commerciaux incontournable dans la sphère commerciale béninoise”**, je réalise une enquête. Elle me permettra, à travers le questionnaire ci-joint de faire des suggestions objectives pour l'amélioration des services proposés par le SIC ABePEC.

Merci de bien vouloir le remplir.

Questionnaire de recherche

Identification de l'entreprise enquêtée :

❖ Au niveau de l'existence de l'ABePEC

1-/ Connaissez-vous l'ABePEC ?

Oui Non

● Savez-vous où elle se situe ?

Oui Non

Si non, pourquoi ?

2-/ Connaissez-vous sa mission ?

Oui Non

Sinon, pourquoi ?

3-/ L'avez-vous déjà fréquentée ?

Oui

● Si oui pourquoi ?

Recherche d'information recherche d'opportunité d'affaire participation aux foires ou informations sur les foires autres

● Si oui combien de fois avez-vous fréquenté l'agence ?

1 fois 2 fois 3 fois plus de 5 fois plus de 10 fois plusieurs fois

Non

Si non, Projetez-vous de vous y rendre ? Pourquoi ?

.....

4-/ N'est-elle pas nécessaire pour l'évolution et la rentabilité de votre entreprise ?

Oui Non

Si non, pourquoi ?

❖ Au niveau de l'existence du Service Information et communication de l'ABePEC

1-/ Connaissez-vous le Service Information et communication de l'ABePEC ?

Oui Non

2-/ Connaissez-vous sa mission ?

Oui Non

Sinon, pourquoi ?

4-/ L'avez-vous déjà fréquenté?

Oui

Si oui pourquoi ?

Information opportunités d'affaire Assistance à la recherche sur Internet Autres

Non

Si non, Projetez-vous de vous y rendre ? Pourquoi ?

5-/ N'est-il pas nécessaire pour l'évolution et la rentabilité de votre entreprise ?

Oui Non

Si non, pourquoi ?

6-/ Vous l'avez déjà fréquenté. Êtes-vous satisfait des informations et orientations que vous y avez reçues ?

Oui Non Partiellement

7-/ Auriez-vous souhaité des améliorations dans la qualité des prestations offertes ? Si oui, lesquels ?

.....
.....
.....

8-/ Jugez-vous utile l'existence du SIC ABePEC ?

Oui Non je l'ignore

Si non, pourquoi ?

.....
.....
.....
.....

9-/ Vos suggestions pour une meilleure visibilité du SIC ABePEC

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Merci d'avoir bien voulu répondre aux questions

TABLE DES MATIERES

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	V
LISTE DES TABLEAUX.....	VI
RESUME	VIII
SOMMAIRE	IX
Section 1 : Cadre physique de l'étude et observations de stage.....	5
§1 : Présentation de l'ABePEC et du SIC ABePEC	5
A-/ Présentation de l'ABePEC.....	5
1-/ Institution de l'ABePEC	5
2-/ Missions de l'ABePEC.....	6
3-/ Structure et organigramme de l'ABePEC.....	7
B-/ Le Département Etudes et Promotion Commerciale	8
1-/ La Division Information et Formation.....	10
2-/ Budget du SIC.....	10
3-/ Fonds documentaire	11
4-/ Acquisition et Traitement des documents.....	12
5-/ Formations et produits documentaires	13
6-/ Réseaux.....	13
§2 : Etat des lieux sur les prestations du SIC ABePEC.....	14
A-/ Observations et analyses faites à l'ABePEC.....	14
B-/ Observations et analyses faites hors de l'ABePEC.....	16
Section2 : Ciblage de la problématique.....	16
§1 : Choix et spécification de la problématique	16
A-/ Les faiblesses relevées.....	16
B-/ Les problèmes majeurs.....	18
C-/ Analyse des problèmes et présentation des hypothèses	18
D-/ Des Objectifs fixés	20
E-/ Tableau synthétique des problèmes et des hypothèses et tableau de bord de l'étude	21
§2 : Détermination de la vision globale de résolution de la problématique spécifiée	23
A-/ Les remises en cause nécessaires.....	23
B-/ De la revue de la politique légale, administrative et communicationnelle au niveau du SIC ABePEC.....	23
Section 1 : Cadre théorique et méthodologie de l'étude.....	25
§1 : De la revue de littérature aux objectifs de l'étude.....	25

A-/ De l'importance de l'information documentaire à la question de la valorisation des SIC	25
B-/ La réponse des Nations Unies et du Centre du Commerce International	27
C-/ Des enjeux liés à la fourniture de l'information commerciale	29
§2 : Méthodologie adoptée	30
A-/ Au plan légal	30
B-/ Au plan du fonctionnement	30
C-/ Au plan de la formation et de l'information	31
Section 2 : Des enquêtes de vérification des hypothèses aux conditions de mise en œuvre des solutions	32
§1 : Enquêtes et vérifications des hypothèses	32
A-/ Dépouillement des questionnaires	32
1-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux	33
2-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales	36
B-/ Analyses et déductions issues du dépouillement des questionnaires	40
1-/ A l'endroit des opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux	40
2-/ Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales	41
§2 : Approches de solutions et conditions de mise en œuvre	42
A-/ Approches de solutions	42
1-/ Des solutions légales	42
2-/ Des solutions organisationnelles	43
3-/ Des solutions liées à la formation et à l'information	44
B-/ Conditions de mise en œuvre	45
1-/ Conditions de mise en œuvre des textes légaux	45
2-/ La mise en œuvre des solutions au plan organisationnel	46
3-/ La mise en œuvre des solutions liées à la formation et à l'information	46
BIBLIOGRAPHIE	51
LISTE DES ANNEXES	54
Annexe n°1 : Décret Présidentiel N°2007-188 du 20 Avril 2007	55
Annexe n°2 : Organigramme de l'ABePEC	56
Annexe n°3 : Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux individus et autres personnes physiques non opérateurs commerciaux	57
Annexe n°4 : Questionnaire destiné aux opérateurs commerciaux personnes morales	58
TABLE DES MATIERES	59