



# Partie 2

## L'étude documentaire

# Introduction

## Définition

- ✓ Consiste à rechercher, collecter, analyser et synthétiser des informations sur un sujet donné
- ✓ Utilise des données secondaires (donc pas d'étude empirique)

## Objectifs

- ✓ Faire un premier état des lieux du marché et des informations disponibles
- ✓ Juger de l'intérêt de réaliser une étude empirique

## Etapas

- ✓ Analyse du sujet de l'étude
- ✓ Recherche des informations
- ✓ Evaluation des résultats de la recherche
- ✓ Réalisation d'une bibliographie

# 1. L'analyse du sujet de l'étude

## Méthode des 3QPOC

3QPOC	Question	Exemple : le marché des produits végans
Quoi	Quel est le sujet de mon étude ? Quels sont les aspects qui intéressent mon étude ?	Tous les produits végans ou seulement une partie (alimentation, habillement...)
Qui	Qui est l'objet de cette étude ? Qui sont les acteurs en jeu ?	Les seuls consommateurs, les non-consommateurs ? les autres acteurs du marché
Quand	Quelle est la période concernée par mon étude ? Le sujet s'inscrit-il à une époque précise ? Peut-on le circonscrire dans le temps ?	Depuis quand le véganisme existe-t-il ? Quelles sont les projections pour les 10 années à venir ?
Pourquoi	Quelle est l'importance du sujet ? Quelles sont les objectifs de l'étude	Cf. objectifs de l'étude
Où	Quelle est la délimitation géographique de l'étude ? Le sujet peut-il se limiter à une région particulière ? À un pays précis ?	La France
Comment	Quelle approche faut-il considérer : scientifique, économique, sociale...	Économique et commerciale, sociale et culturelle...

## 2. La recherche des informations

### 2 questions :

- ✓ Où trouver les informations ? (sources d'informations)
- ✓ Comment rechercher les informations ? (stratégie de recherche)

# 2. La recherche des informations

## 2.1. Les sources d'information

✓ Sources internes vs. externes

### *Exemples de sources internes*

Source	Nature de l'information
Services commerciaux et marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>- CA ; PdM</li><li>- Gamme de produits</li><li>- Liste des points de vente</li><li>- Publicités passées ; Budget publicitaire</li><li>- Veille concurrentielle</li><li>- Etudes de marché antérieures</li></ul>
Services financiers et juridiques	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tarifs, remises</li><li>- Rentabilité des produits/marques</li><li>- Coûts de revient produit</li><li>- Délais de règlement</li></ul>
Services qualité et logistique	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rotation des stocks</li><li>- Délais de livraison</li><li>- Taux de rebuts et défauts</li><li>- Retours produits</li></ul>

# 2. La recherche des informations

## 2.1. Les sources d'information

✓ Sources internes vs. externes

### **Exemples de sources externes**

Source	Exemples	Nature de l'information
<b>Sources publiques ou parapubliques</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Insee</li><li>- Ministères</li><li>- Chambre de commerce</li><li>- Eurostat</li><li>- Douanes</li><li>- Banque de France</li><li>- Tribunaux</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Statistiques économiques, sociales et démographiques</li><li>- Flux d'échanges (import-export)</li><li>- Analyses industrielles et sectorielles</li><li>- Eudes commerciales et financières</li><li>- Bilans et comptes de résultats (SA et SARL)</li></ul>
<b>Sources professionnelles et associatives</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- LSA (grande distri)</li><li>- CB News (pub)</li><li>- Marketing Magazine</li><li>- ADETEM</li><li>- AFM</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Analyses sectorielles</li><li>- Annuaire professionnels</li><li>- Dossiers de presse</li><li>- Études de tendance : conjoncture du marché, PdM, nouveaux produits/technologies,...</li></ul>
<b>Sources commerciales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cabinets d'études</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Études de marché toutes prêtes</li></ul>
<b>Sources personnelles et communautaires</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Internet (blogs, forums, sites web, réseaux sociaux,...)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Avis et recommandations (bouche-à-oreille)</li><li>- Opinions</li><li>- Défaillances produits</li><li>- Tendances</li><li>- Leaders d'opinion</li></ul>

## 2. La recherche des informations

### 2.1. Les sources d'information

- ✓ Sources primaires vs. secondaires

	Données primaires	Données secondaire
Avantages	Correspondent au problème posé Sont actuelles	Sont peu couteuses Sont souvent abondantes Sont facilement disponibles
Inconvénients	Sont couteuses Sont difficiles à obtenir L'étude peut être longue	Sont incomplètes Ne correspondent pas toujours précisément au problème posé Sont parfois anciennes Leur qualité est à contrôler

## 2. La recherche des informations

### 2.2. La stratégie de recherche

- ✓ Mots clés
- ✓ Equations de recherche
- ✓ Les moteurs de recherche

# 2. La recherche des informations

## 2.2. La stratégie de recherche

### ✓ La définition des mots clés

- Identifier les mots clés du sujet (véganisme, évolution, France)
- Trouver des synonymes (végétarisme...)
- Élargir aux termes génériques (alimentation, régime alimentaire...)
- Imaginer les mots susceptibles d'être présents dans les documents recherchés (bio, sans viande...)
- Éviter les mots vides : Le, La, Les, De, Des, Du...

# 2. La recherche des informations

## 2.2. La stratégie de recherche

### ✓ La construction des équations de recherche

- **Guillemets** : expression exacte

« *véganisme France* » vs. *véganisme France*

- **Troncature** : élargir la requête à partir d'un terme

? : remplace un caractère au début, milieu ou fin d'un terme

*Wom?n* = *woman* et *women*

*Economi?* = *economie, economic, economia*

\$ : remplace plusieurs caractères au début, milieu ou fin d'un terme

*Géo\$* = *géographie, géologie, géométrie...*

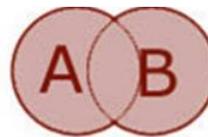
*Nation\$* = *national, nationalisme, nationalité...*

- **Opérateurs booléens**

ET



OU



SAUF



# 2. La recherche des informations

## 2.2. La stratégie de recherche

### ✓ Les moteurs de recherche

- Titre de la page : résultat pertinent ?
- Extraits de texte : affiner la pertinence
- Adresse URL : type de site ?
  - Site commercial : .com
  - Site personnel : hébergeur indiqué (ex : jeux.lulu.pagesperso-orange.fr)
  - Forum : mention 'forum' indiquée (ex : forum.doctissimo.fr)
  - Site institutionnel : structure particulière (ex : .gouv.fr)
- Recherche avancée : affiner la pertinence de la recherche
  - Date
  - Format du document

# 2. La recherche des informations

## 2.2. La stratégie de recherche

### ✓ **Limites de la recherche sur Google**

- **Moteur de recherche généraliste** : ne permet pas de retrouver facilement l'information fiable, scientifique...
- **Critères de recherche** :
  - Pertinence et popularité des résultats
  - Caractère scientifique des informations non pris en compte
- **Documents scientifiques noyés** : web invisible

### ✓ **Autres moteurs de recherche**

- Cf. outils BIU Montpellier

### 3. L'évaluation des résultats de la recherche

**Il ne faut pas croire tout ce qu'on lit  
particulièrement si cela vient d'internet !**

- ✓ **Etude de marché** : sources fiables et pertinentes
- ✓ **Comment les reconnaître** : plusieurs critères

### 3. L'évaluation des résultats de la recherche

Critères	Éléments clés de l'analyse	Questions à se poser
<b>Crédibilité de l'information</b>	L'auteur et sa réputation	L'auteur est-il mentionné Est-il fiable, reconnu dans son domaine d'expertise ? Qu'a-t-il écrit d'autre ?
<b>Exactitude de l'information</b>	Vérifiabilité de l'information	Les informations sont-elles documentées ? Les sources sont-elles vérifiables ? Le document est-il officiel ? La source est-elle fiable ?
<b>Finalité de l'information</b>	Objectivité de l'information	L'auteur cherche-t-il à informer ou à convaincre ? Émet-il un avis personnel ?
<b>Fraicheur de l'information</b>	Actualité de l'information	L'information est-elle actuelle ou toujours d'actualité ?
<b>Pertinence de l'information</b>	L'utilité de l'information	L'information est-elle intéressante ? Est-elle en rapport avec le sujet ? Est-elle utile pour répondre aux objectifs de l'étude ? Est-elle confirmée par d'autres sources ?

## 4. Réaliser une bibliographie

Bibliographie = listing de l'ensemble des sources utilisées

- ✓ **Livre** : Nom Prénom auteur (date), titre du livre, Editeur, Lieu d'édition
  - De Baynast Arnaud, Lendrevie Jacques et Lévy Julien (2017), Mercator, 12e édition, Dunod, Paris.
- ✓ **Article de revue ou de journal** : Nom Prénom auteur (date), titre de l'article, Nom de la revue, Volume, Numéro, pages
  - Lemarchand Fabienne (2011), Les cosmétiques en six questions, Les dossiers de la recherche, Hors-Série, n°42, p.82-85.
- ✓ **Page internet** : Nom Prénom auteur (date), titre de la page, adresse de la page, [date de consultation]
  - Laplante Audrey (2011), Chercher pour trouver : l'espace des élèves, <http://www.ebsi.umontréal.ca/jetrouve/>, [consulté le 26/09/2013].