

**Le programme d'appui de l'Union européenne pour la région de la PEV-Sud
EUROPEAID/133918/C/SER/MULTI**

Amélioration de l'environnement des affaires dans la région sud de la Méditerranée

**Note de Synthèse
« La mise en place d'un observatoire :
Pourquoi ? Comment? »
Propositions concrètes et détaillées**

**Par : Mickaël LE PRIOL et autres membres du
CROCIS**

Rabat, 24 Juin 2014



Ce projet est financé
par l'Union Européenne



Un projet mis en œuvre par
GIZ IS et Eurecna

Clause de non-responsabilité

Le contenu du présent rapport relève de la seule responsabilité de l'équipe d'assistance technique du projet dirigé par GIZ IS comprenant Eurecna et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis de l'Union européenne.

Sommaire

1.	L'OBSERVATION ECONOMIQUE : DEFINITION, OBJECTIFS, MOYENS.....	4
1.1.	L'observation économique : « observer pour connaître, connaître pour agir »	4
1.1.1.	Définition et objectifs	5
1.1.2.	L'observatoire économique	5
1.1.3.	Plusieurs niveaux d'analyse	5
1.1.4.	La veille économique.....	6
1.2.	Les produits traditionnels de l'observation économique	7
1.2.1.	Le tableau de bord économique	7
1.2.2.	La note de conjoncture.....	8
1.2.3.	L'étude sectorielle	8
1.2.4.	L'étude territoriale.....	10
1.2.5.	Le baromètre.....	10
1.2.6.	Les chiffres-clés	10
1.2.7.	Etudes diverses.....	10
1.3.	Les outils et méthodes de l'observation économique	11
1.3.1.	La recherche documentaire.....	11
1.3.2.	La veille documentaire ou informationnelle.....	11
1.3.3.	La recherche de données statistiques	12
1.3.4.	Les enquêtes.....	12
1.3.5.	Traitement de l'information	13
1.3.6.	Présentation des résultats chiffrés.....	15
1.3.7.	Outils logiciels	15
1.4.	Communication et diffusion de l'information	16
1.5.	Les partenariats : pourquoi et comment.....	16
1.5.1.	Objectifs.....	16
1.5.2.	La convention.....	17
1.5.3.	Types de partenaires envisageables	17
1.6.	Organisation et organigramme d'un observatoire.....	17
1.6.1.	Le conseil d'orientation.....	18
1.6.2.	Le personnel	18
1.6.3.	Evolutions de l'organigramme	19
1.7.	Diffusion des publications	19
2.	BIBLIOGRAPHIE	20
2.1.	Documents de référence.....	20
2.2.	Base documentaire.....	20

La mise en place d'un observatoire économique : pourquoi ? Comment ? Propositions concrètes et détaillées

Mettre à la disposition des opérateurs économiques des informations fiables, synthétiques et opérationnelles ... Tel est l'objectif d'un observatoire. Concrètement, un observatoire base généralement ses travaux sur des données économiques déjà produites (ministères producteurs de statistiques, autres organismes publics, instituts statistiques, etc.) ; par conséquent, si l'observatoire peut également publier des séries de données complémentaires, son but est essentiellement de **retraiter l'information disponible**, de **la synthétiser**, d'en **retirer les principales tendances**, tout en rendant cette information **plus lisible et plus adaptée à un public non spécialisé**.

En consolidant de cette manière l'information économique, les travaux d'un observatoire fournissent **des informations utiles aux débats publics**, économiques et politiques, notamment ceux autour du développement des entreprises.

En ce sens, ces quelques pages contiennent **une série de propositions concrètes pour la mise en place d'un observatoire économique** : son positionnement dans l'environnement institutionnel et économique, ses objectifs, son organisation, ses moyens, son programme de travail, son fonctionnement, ses interactions avec les partenaires, etc.

Cette description des process à respecter pour mettre en place un système dynamique d'observation et d'analyse doit ainsi permettre d'éviter les principales difficultés en matière d'observation et, surtout, de cerner les tenants et les aboutissants du montage et du fonctionnement d'un observatoire économique.

1. L'OBSERVATION ECONOMIQUE : DEFINITION, OBJECTIFS, MOYENS

Pour bien cerner le concept d'observatoire, on peut s'aider du sens de deux termes qui lui sont liés : **observateur** et **observation**. En effet, le rôle d'observateur est le rôle de celui qui, dans une position neutre vis à vis des événements et des protagonistes, et depuis une certaine hauteur, est en mesure de formuler un jugement à la fois fondé et impartial. L'observation se réfère à l'examen attentif et méthodique d'un objet, quel qu'il soit ; dans ce terme, une nuance, à savoir **l'aspect scientifique**, s'ajoute donc aux aspects de **neutralité** et de **recul** qui sont associés à la notion d'observateur. Si l'on fait la synthèse de ces éléments, le terme d'observatoire socio-économique est, dans sa définition même, porteur de garanties : l'impartialité et l'objectivité de l'information restituée. **L'observatoire est donc l'instance capable, par excellence, de fournir une information neutre et juste.**

En l'occurrence, depuis 2000, la nécessité accrue de transparence et d'information créé un besoin croissant d'analyse et d'évaluation. **Un grand nombre d'observatoires se sont ainsi créés depuis la fin des années 1990**, avec des objets très divers, ne se rapportant pas forcément à l'économie mais aussi à l'urbanisme, à des enjeux écologiques ou à des problématiques sociales ou sociétales. Si certains observatoires sont consacrés à un sujet précis, avec des missions très cadrées (par exemple sortir à intervalle régulier quelques indicateurs), d'autres sont dédiés à des problématiques plus générales comme les énergies renouvelables, l'économie d'une région. Que ce foisonnement soit une mode ou un phénomène durable, il prouve que **l'observatoire est un outil pertinent dans le monde d'aujourd'hui.**

1.1. L'OBSERVATION ECONOMIQUE : « OBSERVER POUR CONNAITRE, CONNAITRE POUR AGIR »

Un observatoire économique se doit d'être **une structure légère, efficace et professionnelle qui fait le lien entre les producteurs de statistiques et les principaux acteurs du développement économique**. Comment y parvenir ?

1.1.1. Définition et objectifs

L'observation économique se définit comme **l'utilisation pertinente de l'information économique** pour comprendre la réalité et pouvoir agir. De façon sous-jacente, l'observation économique repose sur deux notions principales : l'objectivité et l'action.

L'objectivité est une notion qui pose problème en économie. En effet, dans ce domaine, aucune référence absolue ne permet jamais de connaître la vérité objective. Il s'en suit que l'on travaille toujours avec des biais et des approximations et que rien ne permet, dans l'absolu, de valider ou d'invalider un résultat. Se faire une idée « objective » est, de ce fait, souvent difficile ; à l'obligation de croiser plusieurs sources pour compléter et valider une information, s'ajoute ainsi l'obligation fréquente d'utiliser des éléments qualitatifs pour corroborer les analyses chiffrées. En conséquence, **faire preuve d'objectivité en économie se résume à faire preuve du maximum d'honnêteté intellectuelle et de sérieux, ainsi que de prudence et de précision dans ses affirmations**, notamment en citant le plus possible de sources et méthodologies.

L'action est le but de l'observation économique. La mise en place d'une information objective lui est entièrement subordonnée. L'action, prise ici au sens large, peut prendre plusieurs formes : une sensibilisation du public, la communication auprès des pouvoirs publics, la mise en place de dispositifs d'aides aux entreprises, l'organisation de manifestations, etc.

1.1.2. L'observatoire économique

Un observatoire économique est une structure d'analyse et de suivi de l'économie d'un territoire donné. **Il est rattaché, en général, à un ou des organismes de tutelle** (Ministère, Chambre de Commerce et d'Industrie, etc.).

Son rôle est d'**aider à la prise de décision des acteurs économiques et politiques** et, plus particulièrement, de son organisme de tutelle. Pour cela, **il réalise des publications périodiques, des analyses sectorielles et territoriales et des études sur des sujets qui peuvent être très divers**. Il peut également élaborer des études à la demande, agissant alors comme prestataire pour disposer d'un complément de revenu.

1.1.3. Plusieurs niveaux d'analyse

Un observatoire se doit d'aller plus loin que le simple exposé de faits et chiffres. Il faut qu'**il produise une information réellement opérationnelle, c'est-à-dire directement utilisable en vue de l'action**.

Les études économiques peuvent se situer à plusieurs niveaux d'analyse :

- Le premier niveau est **la simple « photographie » économique** : il s'agit d'une description de la situation économique à un instant donné, à travers un certain nombre de statistiques et chiffres-clés. Réaliser une telle analyse est souvent trop limitée. En n'utilisant que de l'information **brute**, sans la mettre en perspective, elle ne permet pas de bien comprendre les évolutions réelles et leurs conséquences éventuelles.
- **Une réelle analyse statistique** des chiffres permet ainsi d'aller plus loin : elle permet de bien comprendre les caractéristiques économiques de l'ensemble étudié. Premier objectif : une prise en compte des dynamiques à l'œuvre. Cela nécessite d'avoir un historique : pour cela, l'enquête (ou la collecte administrative) productrice des données doit être réitérée

régulièrement et l'on doit disposer d'un historique suffisamment fourni. Ensuite, l'analyse statistique doit permettre une mise en perspective des données grâce à leur comparaison avec des éléments extérieurs. Ces derniers peuvent être un ensemble plus vaste (l'Afrique et/ou le Maghreb pour le Maroc) ou d'autres ensembles analogues (des pays comparables pour le Maroc). Là aussi, il est plus rare de pouvoir le faire car les mêmes données doivent être disponibles, l'enquête (ou la collecte administrative) productrice des données devant avoir été réalisée à une plus grande échelle. Des éléments qualitatifs doivent compléter cette approche pour rendre compte de ce qui ne peut pas s'exprimer en termes mesurables ou quantifiables.

- Enfin, le dernier degré est **une analyse qualitative de la situation économique du territoire**. Par rapport à la précédente étape, il y a l'ajout d'une réflexion sur les conclusions formulées. L'analyse qualitative de la situation économique du territoire doit mettre à jour les atouts et faiblesses de l'ensemble étudié, ses évolutions actuelles, l'évolution de l'environnement (aspect démographique) dans lequel il se situe ainsi que les menaces qui pèsent sur lui et les opportunités qu'il doit saisir. Il est alors possible de mettre en place une véritable information opérationnelle. Cette dernière doit être aisément compréhensible, quitte à comporter des formules simplifiées. Eventuellement très concise, elle est étayée par des chiffres et si possible par des exemples servant à l'illustrer (expérience d'une entreprise, d'une personne, etc.). La mise en place d'une telle information doit permettre d'élaborer des préconisations orientées vers l'action. Que celle-ci soit menée directement par l'institution qui pilote l'observatoire ou par les pouvoirs publics, **l'expertise de l'observatoire doit se déployer autour de deux axes** :

- identifier les actions prioritaires à court terme : aide en urgence à certaines filières, mise en place rapide d'infrastructures ou de dispositifs d'appui, etc.
- se donner une vision stratégique pour définir des orientations à moyen ou long **terme**: développement d'une activité ou d'une filière, soutien à certains secteurs en difficulté, soutien à la R&D, accent sur la formation, etc.

1.1.4. La veille économique

La mise en place d'un suivi automatisé des évolutions économiques est le moyen le plus sûr d'avoir une connaissance objective de la situation économique en permanence : connaître les évolutions en cours et pouvoir détecter les ruptures à temps est de première importance. On parle alors de veille économique : « **la veille économique est un dispositif organisé et permanent de collecte, traitement, diffusion et exploitation des informations permettant au territoire de réagir face aux évolutions économiques** » (définition d'Entreprises Territoires et Développement et de l'Association des Maires de France). La veille économique ne doit pas seulement se préoccuper du court terme mais également avoir une vue à long terme pour anticiper et influencer sur les trajectoires d'évolution.

Les points sur lesquels la veille doit avoir un regard permanent sont les suivants :

1. L'environnement économique : □□observer l'évolution des grands secteurs stratégiques au niveau international ;
 - suivre la conjoncture internationale ;
 - avoir un regard sur les territoires concurrents ;
 - suivre les évolutions du taux de change ;
 - avoir un œil sur l'environnement fiscal et réglementaire.
2. Les évolutions structurelles du tissu économique local :
 - son développement, le nombre de créations et de défaillances d'entreprises ;
 - son évolution sectorielle ;
 - ses évolutions territoriales (surveiller les disparités) ;
 - la santé financière et commerciale des entreprises.

3. La situation des secteurs les plus stratégiques :
 - suivre les secteurs fortement pourvoyeurs d'emplois sur le territoire ;
 - suivre les secteurs d'activités (ou établissements) fragiles ou susceptibles de se délocaliser ;
4. Les potentiels de développement (filières, ressources, etc.) du tissu économique local :
 - repérer les opportunités d'investissement et d'implantation d'entreprises extérieures ;
 - identifier les activités émergentes
 - distinguer les besoins présents et futurs des entreprises du territoire.
5. La démographie :
 - les flux migratoires ;
 - l'évolution de la population (rythme de croissance, structure des âges, etc.).

Les moyens mis en œuvre sont à la fois d'ordre quantitatif (suivi d'un jeu d'indicateurs-clés) et qualitatif (veille documentaire).

- Un jeu d'indicateurs-clés a pour rôle de résumer en quelques chiffres pertinents la situation économique dans un domaine précis. Il s'agit en général de taux et de ratios, directement comparables (dans le temps / entre différents secteurs, territoires, etc.), contrairement aux grandeurs absolues. Habituellement, on s'intéresse à leur évolution dans le temps traduisant l'amélioration ou la détérioration d'une situation ou le degré d'avancement d'un processus.
- La veille documentaire (Cf. détails ci-après).

1.2. LES PRODUITS TRADITIONNELS DE L'OBSERVATION ECONOMIQUE

Il n'existe pas de terminologie officielle concernant les types de publications, notamment parce que la frontière entre certains types de publications est floue. Par ailleurs, il n'y a bien sûr aucune obligation en la matière mais les produits présentés ci-après constituent des « classiques » des observatoires économiques.

1.2.1. Le tableau de bord économique

Le but du tableau de bord économique (TBE) est de donner très rapidement une idée de la conjoncture économique à travers l'évolution de quelques indicateurs « clés ».

Il paraît à intervalle régulier et présente toujours les mêmes indicateurs économiques, sauf exception. Il faut faire bien attention aux dates de parution des chiffres pour mettre en place un calendrier de travail fixant :

- la date de réception des données et des relances éventuelles ;
- la période de travail (traitement et analyse des chiffres) ;
- la date de parution du TBE.

Ce sont les chiffres qui constituent l'essence du tableau de bord économique. En général, ils sont accompagnés de brefs commentaires, qui peuvent rappeler des résultats antérieurs ou donner quelques éléments qualitatifs en relation : événement marquant, difficultés/réussites sur un marché ou un secteur précis, etc.

La présentation du tableau de bord doit être aérée, pour que sa lecture soit facile. La majorité des indicateurs économiques font l'objet d'un graphique.

Pour chaque grandeur économique, un ou plusieurs indicateurs peuvent être mis en avant :

- chiffres bruts ;

- évolution ;
- chiffres bruts et évolution par secteur ou sous-secteur, par zone géographique.

La liste suivante donne les grandeurs économiques les plus fréquemment utilisées, classées par grands thèmes.

- Activité économique : PIB, chiffre d'affaires des entreprises, opinion des chefs d'entreprises sur leur activité et son évolution, crédits d'équipement et d'exploitation des entreprises, stocks, carnets de commandes ;
- Investissement des entreprises ;
- Emploi : emploi salarié, taux de chômage, demandes et offres d'emploi ;
- Démographie d'entreprises : création d'entreprises, défaillances d'entreprises ;
- Tourisme : taux d'occupation hôtelier, nombre de nuitées, nombre d'arrivées ;
- Transports : trafic aérien et/ou maritime, fret ;
- Consommation : volume des ventes des magasins, des agences de voyages, etc., consommation des ménages ; montant des crédits bancaires à la consommation ; immatriculations de véhicules, achat de logements neufs ;
- Prix : prix à la consommation, prix des matières premières (exportées, importées), prix du pétrole ;
- Immobilier : mises en chantier, autorisations de construire, prix de l'immobilier, transactions dans l'ancien, chantiers en cours, crédits à l'habitat ;
- Finance : taux d'intérêt, endettement, taux d'épargne ;
- Flux internationaux : commerce extérieur (importations, exportations), taux de change, investissements directs étrangers.

1.2.2. La note de conjoncture

L'objectif de la note de conjoncture est de donner au lecteur une analyse approfondie de la conjoncture économique. Contrairement au tableau de bord économique, il contient une réflexion de fond sur la situation économique, avec des éléments qualitatifs et quantitatifs, les graphiques et chiffres ayant un rôle essentiellement illustratif.

Comme le tableau de bord économique, elle aborde de nombreux thèmes d'étude, afin de donner au lecteur un panorama global de la situation économique. Sa parution à intervalle régulier n'est pas obligatoire (parce qu'elle contient des analyses « de fond » valables à moyen terme).

Les analyses de chaque thème sont plus détaillées et laissent plus de part à l'interprétation des chiffres. En particulier, la note de conjoncture comprend également des éléments de contexte plus vastes (conjoncture continentale ou mondiale, etc.) pour élargir le point de vue et mieux appréhender la situation économique du territoire.

1.2.3. L'étude sectorielle

L'étude sectorielle vise à faire le point sur la situation dans un secteur économique à un instant donné. Elle peut servir à attirer l'attention des pouvoirs publics ou du grand public sur les difficultés de ce secteur (aspect d'« alerte ») ou au contraire à mettre en avant son caractère porteur vis à vis des investisseurs et des pouvoirs publics, parce qu'il est susceptible de créer beaucoup de richesses et d'emplois. Concrètement, on étudie avant tout un tissu d'activités, donc un ensemble d'entreprises ou d'établissements.

La forme prise par une étude sectorielle peut beaucoup varier. Toutefois, **une étude sectorielle comprend généralement trois éléments :**

- **Une présentation générale du secteur**
- **Une analyse de la situation économique du tissu d'activités**

- **Des informations complémentaires de nature qualitative**

- a) **La présentation générale du secteur**

Dans la présentation générale sont abordés brièvement, avec éventuellement des chiffres-clés : la nature des activités, les marchés, les métiers, les évolutions récentes du secteur aux niveaux national et international (faits marquants, état de la concurrence internationale), etc. Le contexte législatif et réglementaire peut éventuellement être évoqué.

La présentation du secteur peut varier, selon le public visé, de quelques phrases d'ordre méthodologique à plusieurs pages pour le grand public. En tout état de cause, **la description du tissu d'activités étudié doit comporter :**

- **le nombre d'entreprises/d'établissements : total et répartition par activité, taille, zone géographique ;**
- **les caractéristiques de l'emploi : nombre total et répartition par activité, zone géographique et taille d'établissement éventuellement.**

Ces deux éléments sont indispensables. Peuvent également être ajoutés :

- la répartition des établissements par ancienneté, par nature (siège social ou établissement secondaire) ;
- part des établissements dépendant d'un siège extérieur au territoire ;
- le nombre d'entreprises dépendant de capitaux étrangers ;
- les principaux établissements ;
- le chiffre d'affaires total.

Il est souhaitable de réaliser des comparaisons avec des « références » parce qu'elles permettent de mieux comprendre et de relativiser les chiffres. La référence peut être un ensemble géographiquement plus vaste ou un secteur de l'économie comparable (par exemple l'ensemble de l'industrie pour l'étude d'un secteur industriel).

- b) **Une analyse de la situation économique du tissu d'activités**

L'analyse de la situation économique du tissu d'activités constitue le corps de l'étude et comporte un diagnostic quantitatif et des aspects qualitatifs.

Les indicateurs quantitatifs pertinents peuvent être classés en quatre grands thèmes :

- la démographie d'entreprises : évolution du nombre d'entreprises entre deux dates, par zone géographique, par secteur, par taille éventuellement ; nombre de créations d'entreprises, taux de création d'entreprises, nombre de défaillances d'entreprises, taux de défaillance d'entreprises, nombre d'entreprises arrivées et parties du territoire.
- l'emploi : évolution du nombre de salariés, par zone géographique et par secteur ; évolution de la taille moyenne des établissements.
- les aspects commerciaux et financiers : part des entreprises sous-traitantes, des entreprises ayant recours à la sous-traitance ; chiffre d'affaires, valeur ajoutée produite, investissements, crédit clients moyen et délais de paiement clients, crédit fournisseurs moyen et délais de paiement fournisseurs, trésorerie, chiffre d'affaires à l'exportation et taux d'exportation, taux d'endettement, résultat d'exploitation, bénéfice ou perte, stocks.

- c) **Les informations complémentaires de nature qualitative**

Pour compléter les chiffres et les analyses ainsi obtenus, **on pourra chercher les informations de nature qualitative suivantes :**

- informations sur les principaux établissements et entreprises ;
- principales zones d'implantation du secteur ;

- influence du contexte international sur le secteur ;
- marchés : évolutions du type de produits ou services vendus ;
- raisons des évolutions du nombre d'établissements (fusions et acquisitions, défaillances, transferts d'établissements, etc.).

Plusieurs moyens existent pour réunir des informations qualitatives :

- la recherche documentaire ;
- les interviews d'entreprises ;
- l'interrogation de syndicats professionnels (en tenant compte de leur subjectivité puisque les syndicats professionnels ont pour rôle d'assurer les intérêts de leur profession) ou d'experts ;

1.2.4. L'étude territoriale

Dans une étude sectorielle, on se focalise essentiellement sur un tissu d'entreprises. **Dans une étude économique territoriale, le champ d'étude est bien plus vaste : tout ce qui concerne l'aménagement du territoire et les conditions de vie de la population s'y ajoute.**

Une étude territoriale vise à dégager les spécificités économiques d'un territoire donné, pour faire ressortir ses spécificités vis à vis de l'ensemble géographique dans lequel il se situe. Elle doit servir à orienter l'action des acteurs en matière de développement économique : soutien à des filières clés, création de réseaux locaux, ajustement de la fiscalité, construction d'infrastructures de transport et de communication, actions spécifiques, développement du tourisme, etc.

En général, la principale difficulté réside dans le fait d'obtenir des données locales fiables et récentes. Il est la plupart du temps difficile d'en obtenir bien qu'elles soient les seules données permettant une comparaison fiable du territoire avec d'autres ensembles.

Les thèmes les plus fréquemment abordés dans les études territoriales sont les suivants : la démographie d'entreprises : la dynamique du tissu économique, l'emploi, l'immobilier (notamment l'immobilier d'entreprise), les infrastructures de transport, de télécoms, etc., les services aux personnes (hôpitaux, banques, écoles, infrastructures commerciales, etc.), les particularités de la fiscalité, locale, le tourisme, etc.

1.2.5. Le baromètre

Comme le tableau de bord économique, il s'agit d'un produit qui paraît à intervalle régulier et dont la présentation change très peu d'une parution à l'autre. Les mêmes indicateurs sont présentés à chaque occurrence ; leur évolution constitue l'intérêt principal du baromètre. En revanche, **le baromètre est consacré à un sujet économique précis : la création d'entreprise, le commerce électronique, le développement durable, etc.** Son but est de fournir un état des lieux de la situation à un instant donné. Pour cela, plusieurs indicateurs chiffrés illustrent différents aspects de la problématique.

1.2.6. Les chiffres-clés

Il s'agit d'un document **présentant l'économie nationale en une quinzaine de statistiques**, sans commentaire. Cette publication est **autant un outil de promotion de l'observatoire économique qu'un support d'information.** Cette publication doit être annuelle ; elle est destinée à être imprimée en grand nombre afin d'être mise à disposition des visiteurs de l'observatoire mais aussi des partenaires institutionnels.

1.2.7. Etudes diverses

Bien sûr, de nombreuses parutions des observatoires économiques ne se rapportent à aucune des cinq catégories citées plus haut. Il s'agit d'études diverses, ponctuelles, se

focalisant sur un point économique précis : la R&D, les transferts d'établissements, la balance commerciale, etc. La source des données est très variable ; il s'agira soit de données extérieures à l'observatoire soit de données d'enquête. Toutefois, les analyses effectuées sont de même type que celles qui sont utilisées dans les études sectorielles et territoriales. Les méthodes statistiques et d'analyse employées sont également similaires.

1.3. LES OUTILS ET METHODES DE L'OBSERVATION ECONOMIQUE

Etape préalable à l'étude : **la recherche d'information**. Elle comporte une **recherche documentaire** et une **recherche de données statistiques**, cette dernière pouvant aboutir, en l'absence de données existantes satisfaisantes, à la mise en place d'une enquête. Les méthodes de traitement statistique des données utilisées pour les études économiques sont la plupart du temps relativement basiques. La présentation des résultats comporte toutefois quelques règles à respecter.

1.3.1. La recherche documentaire

La recherche documentaire est un préalable essentiel à l'élaboration d'une nouvelle étude. **Prendre connaissance de ce qui a été déjà publié sur le thème** (articles, études, documentation générale) présente plusieurs intérêts fondamentaux :

- Cela permet de bien connaître son sujet d'analyse dès le départ, ce qui accélère et facilite grandement l'analyse ;
- Cela permet d'éviter de refaire inutilement des analyses déjà réalisées par ailleurs.

Une recherche documentaire se fait en plusieurs étapes :

- Définir le besoin et le contexte de la recherche ;
- Caractériser avec précision le sujet de la recherche ;
- Définir le vocabulaire à utiliser ;
- Identifier les sources pertinentes pour le sujet ;
- Identifier les personnes-ressources (experts) ;
- Effectuer la recherche proprement dite ;
- « Traiter » les résultats ;

En tout état de cause, il est essentiel de croiser les informations obtenues et d'évaluer leur validité. La question de leur fiabilité, notamment pour celles trouvées sur le web, est cruciale : il est indispensable de vérifier la source des informations, leur mise à jour et de les recouper. Un document « non sourcé » ou non daté ne peut être exploité.

1.3.2. La veille documentaire ou informationnelle

Néanmoins, **la recherche documentaire et la collecte d'informations prennent beaucoup de temps ; ce temps peut être considérablement allégé en mettant en place une cellule de veille**. En effet, il existe aujourd'hui des outils de veille performants qui détectent quotidiennement et automatiquement les données d'un portefeuille de sources d'information. Ce mode opératoire nécessite une définition préalable de filtres de collecte pour assurer une détection optimale des informations souhaitées mais permet, au final, d'économiser du temps.

Il s'agit pour l'observatoire de surveiller l'environnement (économique, juridique, technologique) d'un domaine de l'économie, typiquement un secteur. L'optique est alors d'anticiper sur l'avenir pour réagir à temps face à ses modifications.

La veille sera orientée selon le secteur et les activités de l'organisme. Un observatoire faisant une veille sectorielle aura ainsi, selon les cas, besoin de :

- veille commerciale : principaux acteurs sur le marché, fournisseurs et sous-traitants, distributeurs ;

- veille concurrentielle : concurrents, prix, produits ;
- veille stratégique : législation, réglementation, fiscalité ;

Les résultats de cette veille peuvent servir de matière première aux études de l'observatoire mais aussi d'information diffusable auprès des acteurs économiques.

1.3.3. La recherche de données statistiques

Les données statistiques déjà traitées (un pourcentage, un chiffre, etc.), provenant d'autres études, forment un cas à part. Leur collecte relève de la recherche documentaire, donc des mécanismes cités précédemment.

Toutefois, lorsque l'on cite ce type de statistiques, il est impératif de mentionner leur source. Il ne s'agit pas de l'organisme qui les a utilisées pour son étude mais de celui qui les a produites et de celui qui les a traitées, si ce dernier est différent.

Pour se procurer des données statistiques brutes, il convient dans un premier temps de **recenser les organismes potentiellement pourvoyeurs**. La documentation que l'on a réunie et l'expérience personnelle contribuent à alimenter ce recensement. Dans un second temps, il est primordial de **faire un travail de validation des données trouvées**. Il s'agit pour cela de contrôler les données, de croiser plusieurs sources pour vérifier la compatibilité des données et de juger de la validité des données. Par ailleurs, les données les plus anciennes doivent dater d'il y a 3 ou 4 ans maximum.

Dans l'impossibilité de trouver des données accessibles et complètes, la réalisation d'une enquête est nécessaire.

1.3.4. Les enquêtes

a) L'enquête statistique

Une enquête statistique apparaît nécessaire lorsqu'un diagnostic précis et quantifié sur une problématique donnée est nécessaire. **On procède par sondage** : pour avoir des informations sur la population étudiée, on en interroge un échantillon représentatif de plus petite taille. En supposant que les informations données par l'échantillon ressemblent de près à celles que donnerait la population, on estime les résultats recherchés (sur la population) grâce aux résultats obtenus sur l'échantillon, avec une marge d'erreur que l'on cherche à connaître le plus précisément possible.

Il est essentiel de définir au départ :

- les objectifs de l'enquête qui vont déterminer le choix de la population à interroger (pour les entreprises : les secteurs d'activité, la taille, etc.) et le champ géographique ;
- la périodicité de l'enquête (unique ou récurrente).

b) Le cas particulier des enquêtes de conjoncture

La principale caractéristique des enquêtes de conjoncture auprès des entreprises est que **l'interviewé n'a pas à y fournir des chiffres précis. Il est invité à donner :**

- son opinion sur la situation de son entreprise « par rapport à la normale », sur plusieurs plans (chiffre d'affaires, trésorerie, production, perspectives...)
- son opinion sur des sujets d'actualité ou sur des points économiques généraux.

Même si elles ne débouchent pas sur des chiffres précis, mais sur de l'opinion, les enquêtes de conjoncture fournissent une base pour établir un diagnostic de la situation économique du

moment et anticiper son évolution immédiate. Elles sont un précieux instrument d'analyse et de prévision.

c) L'entretien ou la série d'entretiens

Un entretien prend la forme d'une libre discussion entre un enquêteur et un interviewé. Il sert à obtenir des informations, qualitatives et quantitatives, plus personnalisées et plus détaillées que celles qu'on pourrait avoir par une enquête statistique.

En effet, dans une enquête, le répondant donne peu d'explications concrètes et peut, de plus, mal répondre par mauvaise compréhension des questions. Dans un entretien, le dialogue autorise un échange très complet, ce qui permet en outre de recueillir des informations non stipulées dans le questionnaire. Toutefois, à travers un entretien ou une série d'entretiens, on a toujours une vision moins représentative de la réalité qu'à travers une enquête car le nombre d'interviewés est toujours largement inférieur.

1.3.5. Traitement de l'information

Dans cette section, on se limitera à énumérer les principaux types de méthodes et à les décrire brièvement.

a) Traitement des données transversales

On utilise **les tris à plat** dans l'étude de variables qualitatives. Un tri à plat est un tableau indiquant, pour chacune des modalités de la variable étudiée, sa fréquence d'apparition et/ou l'effectif correspondant.

Pour exprimer en un seul chiffre la caractéristique moyenne ou centrale d'une variable, on dispose de deux statistiques usuelles : **la moyenne et la médiane.**

$$\text{La moyenne : } \bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_n$$

La moyenne est une statistique très pratique à manipuler et qui a l'avantage d'être très « parlante » pour le grand public. L'inconvénient est qu'elle est peu robuste, c'est-à-dire qu'elle est très affectée par les valeurs extrêmes de la variable étudiée. En conséquence, dans de nombreux cas, elle n'est pas représentative du comportement « central » de la variable à mesurer, mais uniquement de quelques « gros » individus. Exemple de paradoxe : deux grandes entreprises (60 % du CA) augmentent leur CA de 5 % et le reste des entreprises (98) le baissent toutes de 5 %. Le CA moyen augmente de 1 %, alors que l'écrasante majorité des entreprises subissent une baisse nette de leur CA.

La médiane d'une grandeur est la valeur qui sépare la population d'étude, si on la classe par valeurs croissantes, **en deux parties égales** : ainsi, la moitié de la population prend une valeur inférieure à la médiane et la moitié une valeur supérieure. **Contrairement à la moyenne, la médiane est un indicateur représentatif de l'ensemble des individus étudiés** et non des plus « gros » d'entre eux.

Un tri croisé est un tableau à deux entrées qui associe deux variables qualitatives. Il est également appelé tableau de contingence. Chaque ligne correspond à une modalité de la première variable et chaque colonne à une modalité de la seconde variable.

Un tri croisé peut prendre plusieurs formes :

- le tableau d'effectifs : au croisement d'une ligne et d'une colonne se trouve le nombre d'individus possédant simultanément les deux modalités concernées ;
- le tableau de fréquences : au croisement d'une ligne et d'une colonne se trouve la

part des individus possédant simultanément les deux modalités concernées dans la population d'étude (la somme des cases est 100 %) ;

- le tableau de **profils-lignes** : au croisement d'une ligne et d'une colonne se trouve la part (%) des individus ayant la modalité en colonne parmi les individus ayant la modalité en ligne ;
- le tableau de **profils-colonnes** : au croisement d'une ligne et d'une colonne se trouve la part (%) des individus ayant la modalité en ligne parmi les individus ayant la modalité en colonne.

La régression linéaire permet de faire l'étude des relations entre une variable dite expliquée et une ou plusieurs autres variables dites explicatives.

$$Y = \sum_{k=1}^K b^k X^k + \varepsilon$$

L'équation utilisée pour cela est :

Le tout est de trouver des coefficients b^k $\sum_{k=1}^K b^k X^k$ rendant le plus proche possible de Y pour tous les individus.

Les techniques d'**analyse multidimensionnelle des données** permettent d'interpréter efficacement le contenu d'un vaste ensemble de données hétérogènes. Elles sont véritablement utiles lorsque les dimensions du tableau de données constituent un obstacle à sa lecture et à son assimilation directe.

Il existe deux grandes familles de techniques : **les méthodes factorielles** (analyse factorielle des correspondances, analyse factorielle des correspondances multiples et analyse en composantes principales) et **les méthodes de classification** (classification ascendante hiérarchique, classification descendante hiérarchique, etc.).

Le calcul d'un **taux d'accroissement**, évolution d'une donnée d'une date à une autre, est la méthode de base pour comparer des données.

Le taux d'accroissement de X entre t et t' est $\frac{X_{t'} - X_t}{X_t}$ soit également $\frac{X_{t'}}{X_t} - 1$

La plupart des séries économiques évolue de façon plus ou moins identique d'année en année. Autrement dit, le même profil d'évolution temporelle se répète d'une année à l'autre. Par exemple, les valeurs sont toujours très faibles de décembre à mars, la série atteint son maximum en mai, etc. On parle alors de **saisonnalité de la série**. Dans l'analyse économique, il faut distinguer les variations qui relèvent de la saisonnalité de la série (peu intéressantes pour l'analyse) des évolutions du niveau de la série dans l'absolu, indépendantes des variations saisonnières.

Le moyen le plus simple d'éviter cet écueil est le **glissement annuel**. Le glissement annuel d'une variable à une date donnée correspond au taux d'accroissement de cette variable par rapport à un an auparavant.

Pour comparer des valeurs situées à deux dates n'étant pas séparées par exactement une ou plusieurs années, il faut faire une **correction des variations saisonnières**. On calcule une série « désaisonnalisée » (on parle souvent de série « cvs ») n'ayant plus aucun

caractère saisonnier et dont toutes les valeurs sont ainsi directement comparables.

Le calcul d'une série d'indices en **base 100** par rapport à une date de référence peut être utile. A une date t quelconque, un tel indice correspond au rapport de la valeur de la variable à la date t sur sa valeur à la date de référence. Ainsi, le niveau 100 correspond à la valeur de la variable à la date de référence. La lecture des indices permet de **visualiser directement les évolutions de la variable par rapport à la date de référence**. Elle permet également de **comparer les différences d'évolution entre plusieurs variables par rapport à une date de référence commune**.

1.3.6. Présentation des résultats chiffrés

Les graphiques ont autant un rôle d'illustration (aérer la présentation) **qu'un rôle d'information** (donner les chiffres). S'il y a trop de chiffres à indiquer, un tableau est donc préférable à un graphique peu clair. Il faut toujours mentionner en légende la source des informations représentées dans un tableau ou sur un graphique.

Les principaux types de graphiques utilisés dans les publications sont :

- **la courbe** : utilisée pour représenter la variation (dans le temps, le plus fréquemment) de variables quantitatives. Il est utile de représenter une ou plusieurs variables simultanément.
- **le graphique en camembert** : utilisé pour représenter graphiquement une variable qualitative. Le graphique en camembert est bien adapté quand la variable n'a pas plus de sept ou huit modalités.
- **l'histogramme** : utilisé pour représenter graphiquement une variable ou un jeu de variables qualitatives, l'histogramme est toujours valable. La possibilité d'histogrammes superposés intervient lorsque plusieurs variables ont les mêmes modalités (exemple : une même grandeur mesurée à différentes périodes, sur différentes sous-populations).
- **le nuage de points** : utilisé pour représenter les valeurs prises des individus selon deux variables. Il permet de représenter les valeurs prises par tous les individus selon les deux variables et de juger de la corrélation entre ces deux variables et de la façon dont les individus se situent par rapport à elles en formant des « grappes » plus ou moins compactes.
- **le nuage de bulles** permet, par rapport au nuage de points, de représenter un troisième paramètre, les points étant remplacés par des bulles de taille proportionnelle à ce dernier.

1.3.7. Outils logiciels

a) Traitement des données

Les tableurs comme Excel font partie des outils bureautiques « de base » disponibles facilement. Or, **ce type de logiciel**, efficace pour des travaux de traitement statistique simples et même élaborés, **peut suffire pour le fonctionnement d'un observatoire**. Ainsi, toutes les méthodes de traitement statistique des données et tous les types de graphiques mentionnés plus haut dans ce document sont implémentables dans un tableur.

Pour utiliser les techniques statistiques les plus poussées, il faut faire appel à un logiciel de statistique spécialisé. Parmi les logiciels les plus répandus :

- SPAD est un logiciel relativement peu cher qui permet d'utiliser toutes les techniques de traitement des données usuelles, sauf celles de traitement des séries temporelles.
- SPSS et SAS sont les logiciels les plus complets d'analyse statistique qui existent sur le marché. L'inconvénient commun à ces deux logiciels est leur coût élevé.
- R est un logiciel de statistique gratuit très poussé. Son inconvénient est qu'il

s'adresse à un public très averti, notamment parce qu'il s'agit d'un logiciel de programmation.

- StatBox, Statistica, SYSTAT, StatView sont d'autres logiciels généralistes relativement peu chers, comme StatTools et XLStat qui sont des « add-ins » à Excel.
- Certains logiciels sont spécialisés dans la gestion et de traitement des enquêtes : Sphinx, Interview, Areyounet, Wysuforms. Ils sont surtout utiles pour la gestion des enquêtes (en ligne notamment) mais se limitent en général à des analyses statistiques très sommaires : on doit souvent avoir un autre logiciel de traitement statistique à disposition.
- Pour la désaisonnalisation des séries temporelles, on peut utiliser Demetra, un logiciel gratuit développé par Eurostat.

b) Publication assistée par ordinateur (PAO)

Pour la mise en forme des documents, Word peut au mieux servir à faire une première version mais, sauf dans le cas de documents très simples, **un logiciel de PAO est nécessaire** pour donner aux publications un aspect réellement professionnel. Ce type de logiciel est complexe à utiliser et demande que son utilisateur soit formé. Parmi les logiciels les plus répandus pour la mise en page, on peut citer Quark X-Press et InDesign (qui sont les standards en la matière) et Microsoft Publisher.

1.4. COMMUNICATION ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

L'observatoire doit avoir un nom propre court, facilement prononçable et aisé à retenir. Cela peut être les premières lettres d'un intitulé plus long. Dans l'intitulé, les mots « observatoire », « économique » et « Maroc » devront figurer. De même, **un logo représentant l'observatoire devra être choisi** ; ce logo devra être facilement identifiable. Organiser un colloque d'une demi-journée par an peut être doublement pertinent : il s'agira d'un instrument de communication pour l'observatoire, mais également d'une source d'information intéressante pour les participants (entreprises, partenaires institutionnels).

Bien qu'en premier ressort, les documents publiés par l'observatoire n'aient pas vocation à être diffusés largement puisqu'ils sont surtout destinés à alimenter les réflexions de l'organisme auquel il est rattaché, **la diffusion de l'information peut présenter des avantages à ne pas négliger : valoriser ses travaux en permettant au grand public de les découvrir, accroître la notoriété de l'observatoire, etc.** Cela peut se faire par plusieurs canaux :

- Envoi de la publication aux « clients »
- Présence sur un site Internet
- Apparition dans des journaux généralistes ou spécialisés

1.5. LES PARTENARIATS : POURQUOI ET COMMENT

L'observatoire doit être considéré comme LE centre d'observation et comme LA référence concernant l'information économique. Il faut notamment examiner quels peuvent être les liens entre l'observatoire et ses partenaires afin qu'il n'y ait pas de doublonnage éventuel des études.

1.5.1. Objectifs

En tout état de cause, les avantages du partenariat sont multiples. Ils sont de trois ordres :

- **compléter les forces de sa propre structure** : pallier un manque de compétences en interne ou partager la charge de travail, réduire les coûts par le partage des frais ;
- **se procurer des données et informations impossibles à obtenir** ou trop chères ;
- **se faire connaître** : accroître la notoriété et l'audience de l'observatoire.

Cependant, **la mise en place d'un partenariat comporte également des inconvénients** :

- la nécessité de faire des concessions puisqu'il faut que les partenaires soient « à égalité » ;
- des limites éventuelles dans la rédaction, par exemple, dans le cas d'un travail avec un syndicat professionnel qui préfère ne pas donner une image trop négative de son secteur sur certains points.

La présence d'un double logo sur les publications peut être un avantage quand le partenaire est un organisme de référence. Pour ces raisons, et parce que les partenaires ont souvent des intérêts différents et même parfois antagonistes, **de nombreux détails pratiques doivent être fixés par écrit dans une convention.**

1.5.2. La convention

La mise en place d'un partenariat nécessite l'élaboration d'une convention commune. Cette convention est paraphée et signée par les partenaires. **Elle fixe par écrit les modalités de la collaboration entre les partenaires et possède une valeur juridique.** L'unique rôle d'une convention est de prévenir les litiges éventuels. Pour cela, elle doit tout simplement fixer par écrit tout ce qui peut éventuellement être l'objet de désaccords futurs, qu'ils soient dus à des malentendus ou à la défection d'un partenaire. **La convention doit mentionner clairement ce qui est fait, par qui** (nom des organismes partenaires et personnes les représentant) **et quand** (calendrier des travaux dans les grandes lignes). Dans le cadre de l'élaboration d'un partenariat, plusieurs choix capitaux doivent être faits par les partenaires ; la convention doit mentionner clairement ce qu'ils ont décidé concernant ces points stratégiques :

- l'appartenance des résultats des travaux (propriété intellectuelle, etc.) ;
- la diffusion des résultats ;
- le partage des coûts : qui paie combien, pour quelle prestation ;
- le problème de la rediffusion des données et des informations échangées ;
- les possibilités de modification et d'annulation du partenariat ;
- les cas de litiges.

1.5.3. Types de partenaires envisageables

Les types de partenariats envisageables sont nombreux. Il peut s'agir de collaboration avec :

- Fédérations et syndicats professionnels ;
- Services des Ministères producteurs de statistiques et d'analyses économiques
- Organismes internationaux ayant en leur possession des statistiques économiques (OCDE, FMI, ONU, etc.)
- Structures d'appui, de promotion ou d'expertise dévoués à un sujet économique précis (agence pour la création d'entreprises, etc.)
- Organismes de gestion des infrastructures de transport (ports, aéroports, etc.)
- Acteurs locaux du développement économique (chambres de commerce et d'industrie, agences de développement, etc.)
- Entreprises (cabinets de conseil, instituts d'analyses économiques, etc.)
- Universités / Structures de recherche et chercheurs
- Institutions diverses publiques et parapubliques

Pour le Maroc, parmi les organismes partenaires potentiels, on peut citer la Direction de la statistique du Haut-Commissariat au Plan, le Ministère du tourisme marocain, l'Administration des douanes et impôts indirects, Afristat, la Chambre Française de Commerce et d'Industrie du Maroc, etc.

1.6. ORGANISATION ET ORGANIGRAMME D'UN OBSERVATOIRE

1.6.1. Le conseil d'orientation

Un observatoire peut organiser **un conseil d'orientation annuel**. Il réunit une large assemblée (qui peut aller jusqu'à une cinquantaine de personnes) de professionnels et d'organismes travaillant dans le même domaine, ou dans les études économiques au sens large. Il sert à :

- faire le bilan de l'activité de l'observatoire de l'année écoulée en rappelant brièvement ce qui a été publié et ce qui a été organisé ou mis en place ;
- faire valider le programme de travail de l'année à venir par les participants, ce qui permet de le coordonner avec celui des participants.

1.6.2. Le personnel

Au moment de sa mise en place, l'observatoire peut se baser sur un effectif réduit comptant :

- un responsable, économiste de formation ;
- un statisticien ;
- un économiste généraliste ;
- un(e) assistant(e).

a) Le responsable de l'observatoire économique

Le responsable de l'observatoire économique a les attributions suivantes :

- définir le programme de travail de l'observatoire économique et assurer son bon fonctionnement ;
- avoir un rôle d'expert économiste au sein de l'observatoire en enrichissant et validant les travaux des collaborateurs ;
- assurer les fonctions de gestion administrative, comme les choix budgétaires ;
- gérer les relations de l'observatoire économique avec l'extérieur : entre autres, le représenter à diverses instances, assurer un lien fonctionnel avec les partenaires ;

b) Le statisticien

Le statisticien a pour missions :

- de rechercher des données statistiques dont l'observatoire a besoin pour ses études et de valider les données obtenues par partenariat ;
- de choisir les traitements statistiques à utiliser ;
- de réaliser les traitements pour mettre des chiffres opérationnels à disposition de l'économiste ;
- de gérer les bases de données statistiques dont l'observatoire disposera ;
- de mettre en place si besoin des enquêtes statistiques pour produire des données statistiques ;
- de rédiger occasionnellement des analyses.

c) L'économiste

L'économiste aura pour missions :

- de faire des recherches documentaires ;
- de rédiger les publications de l'observatoire à partir des données statistiques procurées par le statisticien et des documents obtenus par recherche documentaire.

L'économiste doit avoir une formation généraliste de manière à pouvoir traiter tous les types de sujets. Il doit également avoir une expérience de l'utilisation et du traitement de données chiffrées.

d) L'assistant(e)

Cette personne doit avoir une expérience de quelques années dans l'assistantat. Elle doit maîtriser les outils de traitement de texte (Word) et la connaissance d'un tableur (Excel) est un plus.

L'assistante aura pour missions :

- la gestion des agendas des collaborateurs de l'observatoire ;
- la gestion des appels entrants ;
- la mise en forme des publications de l'observatoire.

1.6.3. Evolutions de l'organigramme

Selon les ambitions de l'observatoire et les orientations choisies, le recrutement de plusieurs économistes est souhaitable.

A moyen terme (c'est-à-dire quand l'observatoire économique a rempli ses premiers objectifs), il pourrait être bénéfique de lui adjoindre un **directeur scientifique**, afin d'accroître sa notoriété et sa crédibilité. Sa mission est de contribuer par son expertise à la définition et la mise en œuvre de l'activité de l'observatoire. Ce doit être une personne reconnue publiquement comme experte dans son domaine pour être en mesure de donner une réelle caution à l'observatoire et de contribuer à sa notoriété. En général, il s'agit d'un chercheur ou d'un professeur d'université.

1.7. DIFFUSION DES PUBLICATIONS

L'observatoire se doit de disposer d'un site Internet. Cela représente des coûts et demande une certaine connaissance en programmation web et un logiciel spécifique mais cela est évidemment essentiel.

Tous les documents produits par l'observatoire doivent figurer sur son site Internet en téléchargement libre (sauf ceux posant des problèmes de rediffusion, par exemple, ceux utilisant des données confidentielles). L'objectif est de diffuser les documents le plus largement possible, pour contribuer à la diffusion de l'information économique mais également pour positionner l'observatoire économique comme un acteur majeur des études économiques dans le pays.

Parallèlement, un fichier « clients » devra être constitué. Il contiendra les coordonnées des personnes travaillant sur les questions économiques au Maroc et servira à faire connaître par voie électronique les travaux de l'observatoire. Cela permet une diffusion large sans entraîner de coûts supplémentaires. Cette « **newsletter** » recense les publications et travaux de l'Observatoire (avec un lien internet actif sur chacun) et doit être envoyée à intervalle régulier.

2. BIBLIOGRAPHIE

2.1. DOCUMENTS DE REFERENCE

- ACFCI, « Quelle place pour l'expertise consulaire aujourd'hui ? L'analyse économique au service des entreprises et des territoires », 2005
- ACFCI / DEcas, « L'observation des commerces de moins de 300 m² -Guide méthodologique », 2003
- Jacky Fayolle, « Pratique contemporaine de l'analyse conjoncturelle », Economica, 1987
- Bernard Grais, « Statistique descriptive », Editions Dunod, 2000
- André Piatier, « Statistique et observation économique », Presses universitaires de France, 1961
- Emmanuel Roux et Grégoire Feyt, « Les observatoires territoriaux : sens et enjeux », La Documentation Française, 2011

2.2. BASE DOCUMENTAIRE

Pour la réalisation des études économiques et rapports, la collecte d'informations (recherche sur Internet, dans des publications existantes, etc.) est essentielle. En ce sens, les publications périodiques suivantes devraient être systématiquement acquises par le futur observatoire du Maroc :

Les publications Perspectives économiques en Afrique de l'OCDE, de la Banque africaine de développement et des Nations Unies :

<http://www.africaneconomicoutlook.org/fr/>

Perspectives économiques en Afrique (dernière publication : mai 2014)

<http://www.africaneconomicoutlook.org/fileadmin/uploads/aeo/2014/PDF/Poc>

Les publications d'Afristat : www.afristat.org/publication

Avec notamment, la revue Statéco, la lettre Afristat : coéditée par Afristat, l'Insee et DIAL (Développement, Institutions et Mondialisation) :

Perspectives économiques régionales du FMI (document annuel) pour le Moyen-Orient, l'Afrique du Nord, le Pakistan et l'Afghanistan : www.imf.org Perspectives économiques régionales « Moyen Orient, Afrique du Nord, Pakistan et Afghanistan » : le bout du tunnel ? (dernière publication : mai 2014)

<http://www.imf.org/external/french/pubs/ft/reo/2014/mcd/menap0514f.pdf>