**Normalisation, Compétences
de la Firme et Avantage Concurrentiel**

Mme. Azzi Hassina*

ملخص:

التقييس هو النشاط المناسب الذي يسمح بإيجاد الحلول التي تنطبق بصفة متكررة على قضايا تندرج أساسا ضمن مجالات العلوم والتكنولوجيا والاقتصاد والذي يسعى إلى تحقيق الدرجة المثلى من النظام في سياق معين. أما التكنولوجيا فيمكن تعريفها اصطلاحا أنها المعرفة المنظمة والرسمية للتقنيات. ولهذا لا بد من تعبئة المعارف اللازمة لتنمية المهارات (مفهوم التكنولوجيا مستخدم في أوسع معانيه) والتي تسمح للمؤسسة بالسيطرة ليس فقط على أساليب إنتاجها بل أيضا على السوق. إن إعداد المقياس ليس مجرد نشاط حيادي في حد ذاته، بل في حالة ما استخدم كأداة لاقتحام السوق سيمكن المؤسسة الواعية بأهمية دوره لكسب مزايا تنافسية جيدة.

الكلمات المفتاحية: التقييس، المعرفة، الميزة التنافسية.

Abstract:

La normalisation est l'activité propre à apporter des solutions d'application répétitives à des questions relevant essentiellement des sphères de la science, de la technique et de l'économie, et visant à l'obtention du degré optimal d'ordre dans un contexte donné» (ISO-Plaquette de présentation des activités du bureau -2004). Sachant par ailleurs que la technologie peut être définie comme la connaissance organisée et formalisée des techniques, il s'agit donc de mobiliser les «savoirs» nécessaires au développement des compétences technologiques (le concept de technologie étant pris dans son acception la plus large) à même de permettre à la firme de maîtriser non seulement sa production mais son marché. Car la création de Norme n'est pas une activité dont l'essence pourrait être «neutre». Mieux, utilisée comme outil de conquête de marché, elle constitue, pour la firme qui en prend conscience, un vecteur puissant d'avantage concurrentiel.

Les mots clés: Normalisation, Savoirs, Connaissances, Avantage concurrentiel.

* Maître Assistante A - Université Blida 2
Doctorante - Université Alger3

Plan:

Introduction

1) La normalisation élément de gestion des compétences de la firme

1.1) Savoirs formalisés et apprentissages acquis

1.2) Savoirs d'expérience et apprentissages réels

2) Normalisation et Conquête de Marchés Potentiels

2.1) Les Enjeux

2.2) Cas d'entreprises

Conclusion

Introduction:

L'Accord d'Association que l'Union Européenne a signé, en 2002 avec l'Algérie, stipule expressément: «...La coopération se concrétisera notamment par¹:

- un encouragement de l'**utilisation des normes européennes** et des procédures et techniques d'évaluation de la conformité;
- la mise à niveau des organismes algériens d'évaluation de la conformité et métrologie, ainsi qu'une assistance pour la création des conditions nécessaires en vue de négocier, à terme, des accords de reconnaissance mutuelle dans ces domaines;
- la coopération dans le domaine de la gestion de la qualité;
- et une assistance aux structures algériennes chargées de la normalisation, de la qualité et de la propriété intellectuelle, industrielle et commerciale.

Sachant l'importance qu'accordent les firmes européennes à «l'arme» que constitue la normalisation dans leur recherche de l'avantage concurrentiel, il est évident que les dirigeants politiques européens n'ont fait que préparer à l'ouverture d'un chemin pour un marché que les dites firmes voudraient «captif». Car, il faut souligner que l'importance de l'activité de normalisation au sein des firmes à l'ambition transnationale, s'est accrue avec le phénomène de la mondialisation dans le cadre de laquelle la mobilité des marchés, des

investissements, des capitaux, ainsi que l'uniformisation des modes de comportements doivent, selon les experts, caractériser ce qui est appelé la «imputabilité» des marchés à investir: il faut donc bien préserver sa position dominante autrement que par les simples techniques marketing .

C'est ainsi que le président du Conseil National du Patronat Français (ancêtre du MEDEF)² déclarait déjà «... est donc essentiel que les entreprises françaises se mondialisent pour faire adopter au niveau européen ou mondial, **les normes qu'elles auront-elles mêmes définies au sein de leur branches professionnelles**, nationales ou européennes sous peine d'une perte d'avantage concurrentiel sur les marchés extérieures et intérieurs»³.

Et c'est dans ce contexte qu'il faut appréhender l'information selon laquelle «...Microsoft veut normaliser son format XPS concurrent du PDF. En effet Microsoft va développer un «standard officiel» de son document XPS (XML Palper Document, utilisé dans le e-commerce) qu'il proposera à ISO (Organisation Internationale de Normalisation): l'obtention de la Norme ISO va lui permettre un avantage concurrentiel, lors des appels d'offres des administrations publiques et des grandes entreprises⁴.

Il en est de même pour IBM qui a développé sa norme «innovatrice» POWER» qui s'est imposé dans les années 2000 comme norme industrielle, puisque l'essence même de la stratégie POWER d'IBM consiste «...à fournir une plateforme hautement flexible et robuste que les partenaires et développeurs peuvent appliquer à de nouvelles catégories et générations de produits» (parmi ces partenaires, citons Apple, Linux, Motorola...etc. Les deux exemples sus cités, parmi d'autres, illustrent en fait l'enjeu de la normalisation dans la mise en œuvre de la stratégie d'une firme qui appréhende ses marchés à des niveaux compatibles avec celui de son activité d'innovation technologique.

L'avantage concurrentiel se concrétise lorsqu'un groupe d'activités industrielles se constituent autour des normes. Les normes permettent à la confiance de dominer la chaîne d'approvisionnement pour les produits axés sur le savoir, et l'information résultante qui circule dans la chaîne d'approvisionnement commence à orienter l'innovation dans le secteur.

Et c'est en ce sens que nous estimons que, l'activité de normalisation au sein de la firme procède, en fait, d'une approche cognitive de l'organisation productive et, que la production de normes exclusives à imposer dans l'industrie de la firme (dans le cas d'une rente technologique) ou en collaboration avec les acteurs de l'industrie, traduit en réalité l'implication de la firme dans un processus de production de connaissances à même de soutenir «sa» stratégie concurrentielle .

Dans ce contexte, notre article s'articule autour de deux parties. Dans la première nous mettons en exergue le rôle de la normalisation au sein de la firme, comme élément du processus de développement des compétences productives. Dans une seconde partie nous abordons le rôle de la normalisation dans la recherche de l'avantage concurrentiel, recherche qui, nous le verrons, obéit à des motivations et objectifs stratégiques selon qu'il s'agit d'une PME, ou d'une multinationale.

1) La normalisation,

Elément de gestion des compétences de la firme:

L'acte de normaliser est d'abord une réponse à une contrainte née avec le processus de création technologique qui doit, en principe, être à l'origine de croissance de richesse à travers la gestion rationnelle de la production pour s'étendre à celle de parts de marchés.

Et, la technologie selon R. LE GUEN⁵ peut être définie comme «une association rationnelle, dans une filière déterminée, de matériels ou matériaux, de connaissances scientifiques et de savoir faire dont la description, les normes et la normalisation, les modalités d'utilisation de mise au point et de maintenance, s'expriment dans des documents écrits, graphiques ou informatisés...».

Ainsi, la normalisation est directement intégrée dans le champ de production parce qu'elle est consubstantielle à la création technologique. Le développement technologique, qui est à la base du développement industriel, engendre la complexité croissante, des processus de production et des processus de fonctionnement, qui donne naissance à des systèmes qui, tant au niveau des structures qu'au niveau du fonctionnement, sont de plus en plus difficiles à maîtriser. Ces mêmes systèmes sont constitués par des flux de nature très diverses: flux de biens, flux de personnes, flux financiers et d'information etc.

La multiplication de ces flux accroît de façon considérable l'interdépendance des unités de production et des agents à l'intérieur d'un système global de moins en moins contrôlable si ce n'est par la normalisation. En d'autres termes, l'avancée technologique n'aurait pu se réaliser si la fonction normalisation n'avait pas été intégrée dans la définition du matériau, des tolérances, et des méthodes d'organisation du travail elles-mêmes. C'est en ce sens que l'acte de normaliser est par essence fruit de savoirs qu'ils soient issus de la gestion d'informations émanant aussi bien de l'environnement que de l'intérieur de la firme ou de l'apprentissage des ressources humaines au sein de la firme. Ces savoirs composent les connaissances productives qui influent la stratégie concurrentielle de la firme.

1.1) Savoirs formalisés et apprentissages acquis:

«Les normes constituent un outil stratégique pour les entreprises. Elles permettent de⁶:

- 1) rationaliser la production et réduire les séries;
- 2) optimiser les achats;
- 3) cadrer la recherche et le développement;
- 4) assurer la compatibilité des matériels;
- 5) et ouvrir les marchés».

En premier lieu, la connaissance productive d'une organisation se compose de *savoirs formalisés* acquis dans l'environnement: formation et audit externe; veille stratégique (technologique ou commerciale); engagement de cadres expérimentés et/ou en possession de savoirs d'ingénierie. Mais, de même, ces savoirs peuvent se constituer au sein des bureaux d'études et des méthodes des entreprises: savoirs technologiques et organisationnels sur les produits, les processus, ou par fonction de direction (financière, marketing, production, ressources humaines, R&D...). Ils sont donc incorporés pour partie dans des biens d'équipement et des semi-produits, et conditionnent de manière ouverte ou indicible les actes productifs.

Dans un autre usage, les savoirs formalisés président à la diffusion de supports de gestion des activités, qui se matérialisent par des schémas préétablis de programmation et d'exécution (documents de préparation, de planification et de coordination).

Les savoirs formalisés sont enfin mobilisés dans le but d'élaborer des indicateurs de mesure (des coûts, de productivité et de qualité), construits dans le cadre de modèles budgétaires ou de profitabilité prédéterminés par les instances de pilotage des organisations productives. De même, les grilles d'évaluation qualitative des comportements ont pour intérêt de fournir des informations synthétiques sur les écarts enregistrés entre les prescriptions des règles standards et leur réalisation effective, et cela pour influencer et canaliser l'action collective future.

C'est là la composante des disciplines de gestion c'est-à-dire tous les savoirs qui disciplinent la gestion de la firme. Aussi, sous cet angle de la prescription, les apprentissages opérationnels ne peuvent-ils être perçus que sous la forme de processus d'adoption et de mémorisation des normes institutionnelles. En tant que processus temporel, les apprentissages se déclenchent et s'enclenchent par le transfert, l'acquisition et l'accumulation de connaissances **standardisées** (dans le sens de référentiels liés aux savoir-produire, aux savoir-relationnel, aux savoir apprendre...).

Mais les apprentissages acquis butent sur les problèmes rencontrés au cours de la reproduction temporelle des normes passées et l'introduction simultanée de nouvelles normes (continuités-ruptures-hybridations). En tant que processus spatial, les apprentissages sont générés et répercutés par les différentes voies d'agencement-émission-transmission et de réception-interprétation-acceptation d'informations relatives aux connaissances. Mais les apprentissages acquis se confrontent aux problèmes d'adéquation et d'efficacité locale / générale des normes institutionnelles.

1.2) Savoirs d'expérience et apprentissages réels:

La connaissance productive incorpore aussi des *savoirs d'expérience*. La catégorisation de ces savoirs permet d'aborder les apprentissages opérationnels sous l'angle de la réalisation des actes de travail et des relations productives:

- la première catégorie inclut tous les savoir-faire individuels et interindividuels des opérateurs, relevant de leur habileté et de leur dextérité (niveau variable de technicité). A l'origine des savoir-faire, les apprentissages par la pratique prennent la forme de processus individualisés ou inter-individualisés suivant des règles prescrites (formalisation des collectifs de travail, affectation des tâches, méthodes de supervision...) et des règles construites dans le travail (relations personnelles de confiance ou de défiance, divulgation-rétention d'informations...);

- la deuxième catégorie inclut les savoirs créés en commun ou rassemblés par des groupes d'opérateurs, qui aboutissent à l'adoption collective de procédures localisées de traitement de problèmes productifs et/ou de coordination. Les apprentissages sont fondamentalement collectifs: ils découlent des aptitudes et des prédispositions de chacun des opérateurs et s'avèrent être concrètement des processus d'imbrication basés sur la compréhension et l'acceptation mutuelle;
- la troisième catégorie inclut les savoirs mobilisés dans un collectif de travail en fonction des demandes extérieures (contraintes, injonctions, conseils). Les apprentissages se situent aux interfaces de relations de type fournisseur-client, et se définissent comme des apprentissages par l'usage: ils découlent des réactions des utilisateurs des biens ou services fournis et de la prise en compte de leurs exigences;
- et la quatrième catégorie inclut les savoirs nécessités par l'utilisation, l'application ou l'adaptation effective de savoirs formalisés. Les apprentissages constituent des processus d'expérimentation de connaissances théoriques et de modèles abstraits: ils découlent d'une mise en situation concrète.

Les *apprentissages réels* conduisent ainsi à l'élaboration de micro-qualifications, de micro procédures ou de microdécisions, participant à la valeur économique des organisations et par delà à la création de normes constituant un «pivot» autour duquel se fait et se défait la technologie en création, dans un effort d'intégration et de synchronisation maximum jusqu'à la concrétisation d'un produit /service fini et fin prêt à être présenté sur le marché.

En ce sens, l'efficacité socio-économique est conditionnée, aussi bien au niveau des résultats qu'au niveau des moyens, par l'usage non mécaniste et non instrumentalisé du travail. Car l'obtention de résultats est intrinsèquement liée aux mobiles objectifs et subjectifs des actes de travail. De plus, les moyens mis en œuvre sont fortement dépendants de la création et de l'accumulation des savoirs d'expérience.

2) Normalisation et Conquête de Marchés Potentiels:

Dans cette partie nous analyserons l'impact de la normalisation sur les tentatives de maîtrise des marchés par l'Entreprise; deux situations seront examinées: celle de la petite et moyenne entreprise et celle de l'entreprise multinationale détenant une position de monopole.

2.1) Les Enjeux:

Avec le développement accéléré des technologies dans la deuxième moitié du XX^e siècle et surtout leur imbrication* de plus en plus poussée repoussant ainsi les frontières ou domaines spécifiques auxquels se confine chacune d'elles, les entreprises dans tout les pays, ont pris conscience de la nécessité de s'intéresser à la qualité de leur produit, ce n'est pas tant la qualité en elle même le but à atteindre mais ce qui la motive: le marché le plus grand possible, et viser le marché international signifie regarder au delà du marché local, s'informer sur les spécificités des pays étranger (qu'ils s'agissent des besoins des clients potentiels ou des contraintes à respecter) et y trouver des débouchés pour ses produits d'une qualité réellement adaptées.

Cette forme de concurrence par la qualité n'agit pas seulement sur les marques des produits et la production des entreprises mais porte sur la base même de leur existence, l'exemple des japonais en ce sens est édifiant.

Un des objectifs des grandes et moyennes entreprises reste de parvenir dans la mesure du possible à des situations de monopole ou proche du monopole dans des cas de secteurs d'activité suffisamment importants pour assurer la maîtrise et la continuité de leur croissance.

* Une des illustrations les plus remarquables de cette interpénétration est l'utilisation de la technologie des microprocesseurs à l'industrie automobile.

Cependant à des rares exceptions près, cette situation ne peut être atteinte sur leur marché national. Ainsi certaines entreprises réalisent la totalité de leurs ventes hors du pays.

Ceci s'explique par le déséquilibre entre la taille optimale de production de l'entreprise en question et la dimension réduite du marché national, devant un tel déséquilibre, l'entreprise a tout intérêt à répartir des cout élevés de la recherche et développement sur le plus grand nombre possible d'unité produites c'est-à-dire étendre son marché à l'étranger sinon au monde entier.

Cependant, la stratégie arrêtée pour de tels objectifs diffère selon l'envergure de l'entreprise en question, la stratégie d'une PME n'a aucune commune mesure avec celle d'une multinationale; ceci est d'autant plus vrai compte tenu des rapports qu'entretiennent chacune d'elles avec la normalisation qui constitue la référence de base à la notion de qualité.

2.2) Cas d'entreprises:

2.2.1 Cas de la Petite et Moyenne Entreprise (P.M.E):

Dans son approche technico-commerciale du marché international les aspects liés à la qualité du produit représentent une ensemble particulièrement complexe à maîtriser par une PME il apparait que cette dernière doit suivre certaines étapes à savoir:

- a) s'informer sur les normes et autres prescriptions techniques spécifiant le produit;
- b) évaluer la nature et l'ampleur des transformations pour adapter le produit au marché étranger visé en (fonction des investissements, des débouchés commerciaux et des niveaux de qualité requis);
- c) et conduire enfin cette adaptation au plan industriel et s'assurer la maîtrise de la production conformément aux attentes et exigences du marché.

La PME doit disposer d'informations complètes sur le contexte du marché constitué de normes réglementations techniques spécifications professionnelles, procédures contraignantes ou volontaires de contrôle, d'homologation et de certification car les pays industrialisés plus que tous autres, imposent constamment de nouvelles procédures et règles d'homologation des équipements aux fins d'autorisation de commercialisation sur leur territoires.

Ainsi en est-il des USA ou la FFC (Commission fédérale des communication des Etats Unis) qui constituent la passage obligé de tout fabricant ou importateur d'équipement électronique (ordinateur personnels émetteurs périphériques...) révisé périodiquement des règles d'homologation auxquels les opérateurs ci-dessus sont tenus de se conformer sous peine d'amendes ou de rejet pur et simple de l'équipements en question⁷.

Toutes ces contraintes du marché, peuvent répondre à des objectifs de sécurité de santé public, d'environnement à des contraintes de protection de la propriété industrielle (brevets, marques) à des objectifs de fournitures locales de certains composants ou matériaux ou de sous-traitance, à des choix technologiques spécifiques mais ne traduisent –elles pas, surtout, une réaction défensive des producteurs locaux constitués en associations professionnelles soucieux de préserver un marché conquis?

«Les tarifs douaniers, les contingentements, l'aide à l'exportation, sont moins nocifs que les règlements ou des normes ayant pour but d'empêcher ou freiner la conquête de marché»⁸.

Cette nocivité se traduit immédiatement sur l'effort de la PME à élargir son marché à savoir que:

1. celle –ci est obligée de fournir des modèles différents suivant les pays destinataires, ce qui donc va augmenter les prix de revient et constitue un gaspillage;
2. et la spécialisation dans un ou des produits se réalise moins facilement.

Quelle attitude adoptée?

La difficulté pour la PME qui doit décider des caractéristiques à retenir pour le produit destiné à l'étranger, est de faire un choix parmi toutes ces spécifications techniques aux effets commerciaux et industriels très variables

Elle peut, en fait, adopter deux attitudes:

l'attitude 1-

Elle peut décider d'écouler, tel quel, le produit conçu pour le marché national et négliger l'étape de recherche d'information.

Cependant l'expérience n'est probante que pour des ventes très ponctuelles (pas de contrôle techniques à l'importation).

Ce qui a terme représente un risque, un produit ne disposant pas de qualité «expert» adopté au marché est vite refusé par les grands acheteurs et distributeurs et fera l'objet d'un blocage.

et l'attitude 2-

Elle peut décider à examiner très tôt ce qui est essentiel parmi l'ensemble des contraintes techniques identifiées et définir en fonction des ambitions commerciales le degré d'adaptation à réaliser, il faut considérer qu'il ne s'agit généralement pas de modifier quelques caractéristiques ou équipements de la production, mais que les composants, matériaux sous ensembles sont eux aussi souvent en cause et que l'unité de production, les relations avec les fournisseurs et sous-traitants, la gestion de la qualité, le service après vente devront aussi être réorganisés en conséquence.

Dans certains domaines (chimie, électroniques...) la PME a intérêt à aller au-delà des niveaux requis par les normes locales ou internationales et disposer d'un plus appréciable en terme de qualité et d'innovation technologique, ceci représente un point très important, car les normes évoluent avec le progrès technique, même si cette évolution n'est pas systématique, En fait cela oblige la PME à intégrer l'aspect «conformité aux normes» le plus en amont possible dans la démarche à l'exportation c'est-à-dire, au niveau de la conception même du produit, c'est à ce stade en effet que la prise en compte des contraintes techniques étrangères (normes, recommandations d'associations professionnelles) permet de situer ces économies d'échelles.

Une fois effectuée, l'analyse technico-commerciale, l'entreprise procède a la mise en conformité de son produit avec l'enveloppe technique retenue et recherche des preuves objectives de la conformité du produit modifié aux obligations de droit ou de faits du marché ciblé.

2.2.2 Cas de la Multinationale:

La situation est beaucoup plus favorable dans la mesure où ce type d'entreprise dispose souvent d'une expérience de l'approche de plusieurs marchés étrangers définissant et conduisant une stratégie industrielle mondiale. Ses services techniques et commerciaux ont des cadres et ingénieurs spécialisés dans la normalisation, la gestion de la qualité et la conduite des procédures et essais de produits.

C'est toutefois en amont du processus déjà évoqué d'adaptation des produits aux différents marchés étrangers que se situe généralement la grande entreprise exportatrice; Celle-ci ayant une position dominante dans le marché des technologies a toute l'attitude d'imposer ses propres normes dont le «Fed back» immédiat est de perpétuer et de renforcer la dite position. C'est donc une imbrication totale de deux facteurs: Technologie, norme qui soutient la stratégie de toute grande entreprise lancée dans la conquête, ou plutôt «l'encerclement» d'un marché donné. Cet «encerclement» se traduit par sa capacité a jouer un rôle moteur et d'avoir une influence sur la définition des normes qui fixeront, sur le marché, les caractéristiques des nouveaux produits et technologies, des niveaux de qualité correspondant a ses principes et possibilités constituent ainsi pour elle, un atout fondamental.

Le cas d'I.B.M jusqu'aux années 90 du siècle dernier est, en ce sens, très révélateur: lorsqu'I.B.M⁹ sortait des matériels et des technologies nouvelles cela a un effet «phare» pour la normalisation et pour la technologie sur le marché de l'information. Vu sa position dominante d'une part, et la configuration du marché de l'informatique caractérisée par une multitude de concurrents d'I.B.M adoptant «une politique de compatibilité» avec I.B.M ceux ci sont «réduits à attendre» qu'I.B.M mette son produit sur le marché

pour ajuster leur spécifications techniques au nouveau produit. Bref, les constructeurs concurrents d'I.B.M. sont obligés de se conformer aux normes élaborées par ce dernier afin de pouvoir maintenir leur part de marché.

Par ailleurs, et devant l'avancée des japonais dans les domaines de la Télévision Haute Définition (TVHD); les deux géants de l'électronique en Europe, PHILIPS et THOMSON, s'associaient à la chaîne de télévision NBC et le laboratoire de recherche SARNOFF pour présenter un projet commun de norme de télévision haute définition. Le résultat d'une telle entreprise visait en fait à garantir au bloc Europe-USA la main mise sur le marché potentiel du matériel professionnel, des équipements grand public ainsi que des techniques de diffusion, qui doivent, bien entendu reposer sur des normes bien précises.

Pour revenir donc à la stratégie appliquée par la grande entreprise quand elle veut lancer une nouvelle ligne de produits, comme la P.M.E déjà citée, elle doit définir une enveloppe technique du produit qu'elle commercialisera au plan mondial à partir de composants et sous-ensembles d'origines diverses, la multinationale doit évaluer le compromis entre le nombre de versions de base qu'elle devra produire pour s'adapter à toutes les situations locales et les économies d'échelles attendues d'une production de masse au plan mondiale.

Sans entrer dans les détails de cette stratégie dite de «domination» de la firme multinationale, il est possible de résumer la démarche qu'elle suit généralement au niveau de la qualité de ses produits:

1. maîtriser une veille technologique permanente sur les normes et spécifications de tous les grands marchés internationaux;
2. participer activement tout en les influençant, aux travaux de normalisation nationaux et internationaux;
3. obtenir le meilleur compromis productivité/qualité dans le cadre d'une production et d'une diffusion à l'échelle mondiale;
4. et consolider ses atouts technologiques au delà de la commercialisation par une maîtrise de la maintenance, de l'entretien du service après vente... etc.

Il apparait donc clairement que pour pouvoir vendre sur les marchés extérieurs des produits ou des matériels, il est vital de s'appuyer sur leur qualité et leur contenu technologique, Cette qualité est la résultante d'une action à deux niveaux:

1. le respect des règles techniques qui sont fixées au niveau collectif par les différents partenaires économiques qui peuvent être des normes volontaires, des spécifications ou recommandations professionnelles ou même des réglementations techniques imposées par les pouvoirs publics;
2. et l'organisation et la gestion au sein de chaque entreprise de cette qualité selon des méthodes et des principes spécifiques au secteur industriel ou à l'entreprise elle même.

Pour conclure, il faut noter que ces niveaux de contraintes dus aux normes et règlements techniques sont essentiellement variables suivant les pays et les secteurs industriels et principalement liés au degré de développement technologique et industriel et à la capacité des operateurs (entreprises, consommateurs, pouvoirs publics) à mettre en œuvre les normes édictées localement, il y a une interdépendance entre le contexte socio-économique du pays et la vigueur de son système normatif.

Conclusion:

La normalisation est d'abord un maillon de processus de création de technologie. Au même titre que cette dernière, elle participe au développement économique et social d'une société. De fait elle constitue autant l'un des supports informationnels essentiels de la technologie que son stimulant puisque la normalisation est un effort permanent dans la recherche de l'utilisation optimale des ressources disponibles, ce vers quoi tend autant l'entreprise dans sa recherche du profit, que l'état dans sa recherche d'impulsion des synergies pour acquérir une «place» dans le cadre de la division internationale du travail. Plus, la normalisation dans le contexte des échanges internationaux est un outil dont l'efficacité, quelque soit le coté de la barrière derrière lequel on se situe, est on ne plus démontrée, c'est un outil qui n'est pas neutre, car il s'intègre et supporte la politique industrielle et commerciale qu'elle soit d'entreprise, ou d'état dont l'objectif ultime n'est il pas justement de préserver les fondements même de leur existence. Car il est important de le rappeler, la normalisation n'est pas neutre. Elle est devenue, ces dernières années où le libéralisme tous azimuts est devenue le leitmotiv, une formidable arme de protectionnisme qui ne dit pas son nom.

Références & Bibliographies:

- 1 Article 55 de l'accord. d'Association UE / Algerie, 2002.
- 2 MEDEF Mouvement des entreprises en France (Organisation patronale représentant les dirigeants des entreprises françaises).
- 3 PERIGOT F., «Un Enjeu capital pour l'Europe», In Revue des entreprises, Dossier normalisation mai/juin 1989, n° 510, p. 16.
- 4 Magazine ZD / Net Informatique en Juillet 2007.
- 5 LE GUEN R., «Mutations et révolution vers l'an 2000», rd. Sociales Messidor, Paris, 2001, p. 21.
- 6 AFNOR (Association française de normalisation) Plaquette de présentation, novembre 1992, p. 3.
- 7 El Mygyas, Revue algérienne de normalisation et de propriété industrielle. n° 04 INAPI, Alger, 1991, p. 41.
- 8 AILLERET P., «Essai de théorie de la normalisation», ed. Eyrolles, Paris 1982, p. 91.
- 9 DOBLEE H., «La normalisation au service de la compétitivité commerciale» ed. Documentation française, Paris, 1986, p. 8.