

Mercado Europeu de Serviços da Informação

Documento de Trabalho da Comissão da Comunidade Europeia

INTRUDUÇÃO

1. A Comunidade inaugurou recentemente um programa inicial de dois anos, abrangendo 1989-90, destinado a incentivar o mercado comunitário de serviços da informação (IMPACT.1). A Comissão da Comunidade Europeia está neste momento a planear a ampliação deste programa através de um novo programa de cinco anos (IMPACT.2), que abrangerá o período de 1991 até 1995, tendo por objectivo promover o desenvolvimento do mercado europeu da informação. Por este motivo, a CEE pretende obter contributos das organizações e de indivíduos da Comunidade.

2. Este documento constitui a súmula de considerações relevantes para a definição do novo programa. Diz respeito a assuntos sobre os quais a CEE pretende obter opiniões e consensos que constituirão a base do novo programa. As ideias são apresentadas de uma forma optimista visando ser incisivas e claras, mas o objectivo consiste em solicitar opiniões, motivo por que a maior parte das afirmações deverá ser interpretada como se de perguntas se tratasse. Além disso, a CEE não gostaria de limitar as respostas a estes assuntos, pelo que agradece sugestões sobre qualquer tópico considerado relevante.

MERCADO EUROPEU DA INFORMAÇÃO

3. *O mercado da informação é um elemento de importância fundamental para a prosperidade e bem estar dos povos da Europa, por duas razões económicas incontestáveis.*

a. *A dimensão potencial da futura indústria de serviços electrónicos de informação (em volume de negócios, número de postos de trabalho, etc.) transforma-a num importante objectivo económico. Sendo impulsivada, a indústria europeia poderá alargar-se e ter um maior êxito nos mercados mundiais.*

b. Além disso, *para auxiliar todos os sectores de comércio e indústria a manter e aperfeiçoar a competitividade nos mercados mundiais é necessário uma indústria consolidada de serviços da informação.*

4. Indústria da informação. Prevê-se que a *indústria europeia da informação continue a crescer a ritmo acelerado (aproximadamente 20% p. a.).* Isto poderá transformá-la numa indústria de 300-400 milhões de Ecus em 1992, apenas no sector de bases de dados em linha. Embora incontestavelmente ampla, tal equivale unicamente a um terço do rendimento correspondente nos Estados Unidos, que prevê uma taxa de crescimento análoga no futuro (Relatório de Referência 89/2 do Observatório do Mercado da Informação (IMO) do (IMPACT.1). tal coloca o mercado europeu da informação em desvantagem face aos Estados Unidos, tendo em conta as populações relativas.

5. A Indústria da Informação será uma componente importante, em potência, do futuro peso comercial da Europa. A CCE considera que a actual posição da Europa, no mercado mundial de serviços de informação, é consideravelmente mais fraca do que deveria ser. Por exemplo, *o contributo europeu constitui actualmente 1/6 do mercado global de serviços da informação em linha*, embora fosse normal esperar-se o dobro deste valor. A CCE constata que a posição relativa da Europa não só não apresenta melhorias, como não será possível que estas se verifiquem sem uma acção positiva.

6. Na realidade, a situação é com certeza pior do que parece, uma vez que não é visível no mercado grande actividade de relevância (por exemplo, serviços de informação centralizados ou específicos para a indústria, fornecidos como substitutos para serviços públicos), o que faz com que uma rede significativa de importação de serviços da informação se mantenha invisível.

7. A fraqueza relativa da indústria europeia tem um efeito significativo e crescente nas perspectivas de emprego na Europa. Calcula-se que, por exemplo, até ao ano 2000, cerca de 700 000 postos de trabalho estarão em perigo no sector do mercado europeu da informação.

8. Para além das considerações económicas óbvias, existe um outro motivo, mais importante, por que deveria ser dada, como política de actuação, uma atenção especial à indústria da informação: a dependência de agências externas no respeitante a recursos e serviços essenciais colocará a Europa, a longo prazo, numa posição vulnerável comercial e estrategicamente. Informação é poder, e o controlo da indústria da informação é uma fonte de poder que não podemos permitir se torne largamente não europeia. O objectivo deverá consistir em alcançar pelo menos um equilíbrio de interdependência.

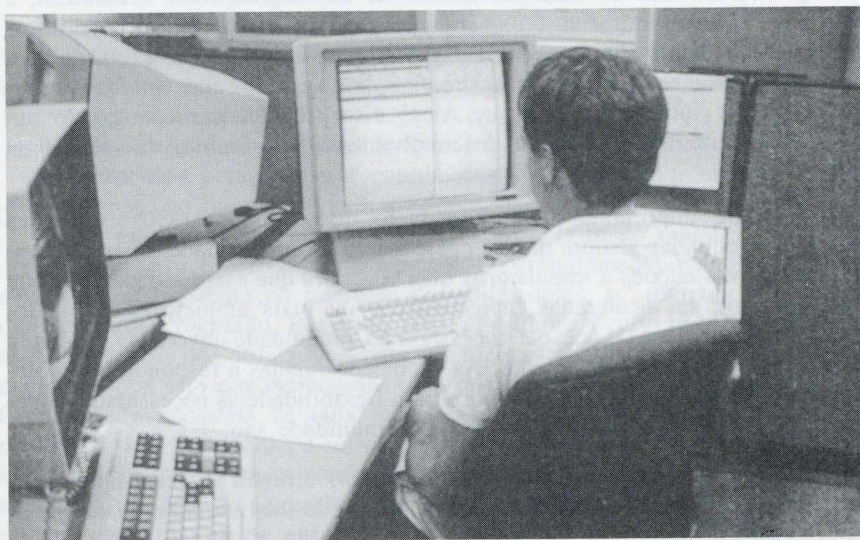
9. Utilização dos serviços de informação. A competitividade da indústria em geral depende em larga medida da qualidade dos serviços de informação utilizados, factor que se acentua.

10. Este caso aplica-se sobretudo às indústrias de manufactura, dado que a automatização reduz progressivamente o esforço necessário para o processo de manufactura em si, enquanto que, simultaneamente, este processo é cada vez mais dividido por subcontratantes, quer na Comunidade quer no exterior. O poder comercial transfere-se inevitavelmente para as mãos dos que controlam a concepção e o marketing dos produtos, canalizando-se o sucesso comercial

para os que respondem mais rapidamente e melhor às exigências do mercado. A qualidade dos serviços da informação subjacentes é de importância capital para a velocidade e a eficácia dos processos de desenvolvimento dos produtos, e, por conseguinte, para a concorrência e a viabilidade, a longo prazo, das indústrias europeias de manufactura.

11. A coroar tudo isto *há amplos sectores das indústrias de serviços vocacionados para a informação* (incluindo o sector bancário e financeiro, seguros, turismo, etc.); a capacidade da Comunidade para se manter na vanguarda estas indústrias, nos mercados mundiais, dependerá da disponibilidade permanente dos serviços de informação de alta qualidade de que dependem.

12. Finalmente, deverá ter-se presente que os cidadãos individuais não só necessitam dos serviços da informação, como estes lhes dizem directamente respeito. Na realidade, o tecido social transforma-se progressivamente sob o impacto de novos meios de recolha e de difusão da informação. Além disso, a dependência de agências externas para o fornecimento de serviços da informação conduzirá a Europa, a longo prazo, a uma posição culturalmente subserviente.



ACÇÃO DA COMUNIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO MERCADO

13. Cabe à Comunidade um papel extremamente importante no desenvolvimento da indústria e do mercado europeu da informação. Não há dúvida que a Comunidade deveria evitar qualquer interferência em assuntos da competência

da indústria e dos governos nacionais. No entanto, a Comunidade tem de planear para um mercado mais amplo do que os governos nacionais e para um horizonte de prazos mais longínquos do que a indústria. Além disso, tem de considerar as necessidades de todos os indivíduos e organizações da Comunidade, não se limitando aos fornecedores e utilizadores habituais de serviços da informação.

14. *E da responsabilidade específica da CCE zelar pela coesão económica e social da Comunidade, em especial no que diz respeito à unificação do mercado de 1992 e posterior. O mercado da informação é considerado como um veículo de coesão fundamental e indispensável. No decurso do programa destinado a desenvolver o mercado, o IMPACT.2 deverá procurar eliminar as disparidades entre as nações e estimular a participação activa de todas as regiões da Comunidade nas actividades relacionadas com o mercado de serviços da informação.*

15. Por estas razões, o papel da CCE como observador, prognosticador e mentor não deveria ser posto em dúvida. As actividades do IMPACT.1 nesta área devem ser continuadas e alargadas. A recolha e a difusão de informação relacionada com o mercado deverá prosseguir. Deverá ser consagrado um esforço suplementar ao desenvolvimento de abordagens sobre a natureza, a estrutura, o comportamento e os resultados do mercado da indústria da informação — que constituem uma base essencial para uma actuação e uma política racionais e eficazes — bem como à realização de estudos conceptuais destinados a apoiar todo este processo. Além disso, deverá ser consagrado um interesse muito mais activo a desenvolvimentos no âmbito da ciência da informação.

16. Mais importante ainda é o facto de competir à CCE tomar as medidas adequadas sempre que se aperceba de tal necessidade, quer relativamente a novas acções a impulsionar quer a acções que estão a decorrer e que necessitam de ser aceleradas, aprofundadas ou mais ambiciosas. Contudo, mesmo quando uma tal acção é necessária a Comunidade deverá ter o cuidado de não interferir excessivamente. As acções destinadas a responder a problemas detectados deverão ser adaptados com flexibilidade às necessidades específicas de cada situação. As opções da Comunidade são:

- a. estabelecer comunicações (por exemplo, difundir as suas opiniões à indústria e aos governos nacionais, deixando-lhes a realização de acções concretas);
- b. fornecer os meios (por exemplo, impulsionar a eliminação de barreiras administrativas, legais, técnicas e outras);
- c. auxiliar na realização (por exemplo, providenciando apoios financeiros ou outros a agências com vontade e capacidade para assumir a responsabilidade por acções concretas);
- d. executar (por exemplo, realizar acções específicas, ou controlar e responsabilizar-se por projectos executados por agências exteriores).

OBJECTIVO: UM NOVO PROGRAMA

17. A planificação de IMPACT.2 está na sua fase inicial, não tendo sido tomadas decisões concretas relativamente à sua forma e constituição. Contudo, podem descrever-se determinadas características de IMPACT.2.

- a. Embora seja mais do que a simples continuação de IMPACT.1, pretende-se que continue os êxitos de IMPACT.1 e de outros programas anteriores, retirando ilações de problemas existentes.
- b. Terá um campo de acção mais amplo do que o IMPACT.1, e *procurará a máxima sinergia com outros programas comunitários.*
- c. *Destina-se a especialistas e a utilizadores* profissionais em geral, mas será concebido, tanto quanto possível, *de modo a permitir uma evolução fácil para o utilizador especial e o mercado de massas.*
- d. Será dirigido para o mercado, tendo *como primeiro objectivo estimular um mercado saudável para fornecer e utilizar os serviços da informação e, simultaneamente, ir mais além do que o mercado do IMPACT.1, visando sobretudo facilitar a expressão natural das forças do mercado e não uma interferência directa.*
- e. Simultaneamente, *abrangerá iniciativas de natureza não comercial* que deverão ser apoiadas por razões estratégicas.

18. *Os objectivos do programa proposto consistirão em*

- a. *fornecer acesso universal a serviços da informação* de boa qualidade, a *preços acessíveis*, destinados a utilizadores dentro da Comunidade, em especial ao utilizador profissional em geral;
- b. *estimular progressos relativamente à qualidade e amplitude dos serviços* oferecidos pela indústria comunitária da informação, reforçar a sua posição no mercado mundial e, conseqüentemente, atingir pelo menos um equilíbrio de interdependência com o resto do mundo.

19. Não se pretende empregar a tecnologia gratuitamente, mas sim explorar a tecnologia existente no interesse dos utilizadores: o programa deverá ser dirigido para o mercado. Por outro lado, considerar a curto prazo unicamente as necessidades dos utilizadores para conduzir à importação de uma proporção excessiva dos serviços pretendidos e da respectiva tecnologia de apoio; ora a Comunidade necessita de uma indústria de informação própria e forte. É provável, pois, que venha a ser necessário o apoio governamental para suprir lacunas enquanto as necessidades dos utilizadores não puderem ser satisfeitas sem uma importação excessiva. Contudo, aumentar a protecção à indústria poderá mais facilmente enfraquecê-la do que fortalecê-la, pelo que deverá existir a preocupação de assegurar que o apoio comunitário seja concedido unicamente onde e enquanto tal for claramente benéfico.

ELEMENTOS DE UM NOVO PROGRAMA

20. Estímulo do mercado. O IMPACT.2 necessita de abranger acções de carácter geral relacionadas com a coordenação e a harmonização das activida-

des s participantes neste campo, a criação de um ambiente adequado para o crescimento saudável do mercado e da indústria da informação dentro da Comunidade e o aumento da consciencialização geral dos meios e das oportunidades disponíveis.

21. O mercado da informação encontra-se ainda na sua fase inicial. Entre os principais objectivos atingidos até este momento contam-se os seguintes:

- a. um sector de serviços financeiros indispensável e activo (talvez 70% do total do mercado para serviços em linha);
- b. um enorme mercado de videotexto, embora de valor relativamente baixo, em França (mais de 5 milhões de terminais, oferecendo aproximadamente 7 mil serviços diferentes, mas com um rendimento anual médio de 70 ecus por terminal);



c. um volume significativo de utilização de serviços de recolha de informação por parte de especialistas dedicados, embora nem todos estejam inteiramente satisfeitos com a qualidade dos serviços oferecidos.

22. No entanto, há sinais prometedores do início de uma entrada no mercado de massas. Verifica-se a disponibilidade crescente de serviços de entrega automática («bring»), um maior interesse por meios de acesso alternativos, incluindo vídeotexto para informação profissional e opções multimédia, bem como um mercado florescente em publicações de discos ópticos, liderado pelo sector comercial.

23. Continuam sem resposta muitas perguntas sobre a capacidade de expansão e os meios de a alcançar. Por exemplo:

a. Os indivíduos e os organismos estão a utilizar os serviços disponíveis da melhor forma?

b. Deverá ser levada a cabo uma acção específica destinada a encorajar a utilização ou fornecimento de serviços da informação por pequenas ou médias presas?

c. Até que ponto é que a falta de sensibilização é a causa dos actuais problemas?

d. Como é que a qualidade do serviço exigido pelo utilizador profissional geral pode ser oferecida num futuro próximo?

e. Existirão sectores com capacidade para se tornarem imediatamente tão activos como os serviços financeiros (por exemplo, turismo, informação sobre produtos, etc.)?

f. Justificar-se-á alargar à escala europeia os programas nacionais de estímulo que obtiveram êxito (por exemplo, o Minitel francês, «Micros in schools» do RU, leitores CD-ROM nas universidades francesas)?

g. Como é que a CCE poderá criar um ambiente que estimule o investimento na indústria?

h. Qual a melhor forma de responder às necessidades especiais das regiões menos favorecidas da Comunidade enquanto utilizadores e fornecedores de serviços da informação?

24. Existem preocupações especiais sobre o possível estímulo da concorrência nos mercados mundiais.

a. De que forma poderão os Fornecedores da informação ser auxiliados e elevar o seu nível de exportações?

b. Os serviços da informação europeus serão tão bons como os que existem noutros locais?

c. Por que motivo parecerá a Europa mais lenta e menos empreendedora na exoração de novas oportunidades do que os Estados Unidos e o Japão?

25. Obstáculos. Só reduzindo as barreiras entre os países da Comunidade é que se poderá criar um mercado único que oferecerá à indústria da informação economias de que necessita para competir de uma forma igual nos mercados mundiais.

26. Quais os obstáculos (técnicos, administrativos, linguísticos, legais, culturais, educacionais, etc.) que impedem uma modernização e um crescimento mais rápidos da indústria e do mercado europeus da informação?

27. Será que existe falta de pessoal com formação adequada, que tal tem sido um factor limitativo, e sê-lo-á no futuro?

28. Questões legais. Até que ponto é que o facto das legislações nacionais relevantes serem díspares e incompletas dentro da Comunidade constitui um obstáculo ao crescimento? O IMPACT. 2 deverá incluir acções que visem a abolição de barreiras legislativas desnecessárias, que dificultam o crescimento da indústria e do mercado europeu da informação, bem como a consideração de questões legais, de controlo e sociais levantadas pelo desenvolvimento de novos modos de obtenção, armazenamento, processamento e difusão da informação.

29. Estas questões deverão abranger assuntos como a protecção da propriedade intelectual, a protecção de dados pessoais, a fraude e outras actividades criminais, responsabilidades dos fornecedores, abuso de poder, operações de iniciados, protecção do consumidor e certificação e transacções.

30. Apenas a Comunidade se poderá dedicar a estes problemas a uma escala europeia. Além disso, este trabalho deverá dar uma grande importância às necessidades do cidadão privado, visto que

- a. o cidadão privado será grandemente afectado pelo aumento da utilização de serviços da informação pelas organizações;
- b. há um longo compasso de espera até serem realizadas as alterações legislativas, podendo estas ser um requisito essencial para a eventual abertura do mercado de massas aos serviços da informação.

31. Língua. O IMPACT.2 deverá abranger acções que visem os problemas linguísticos associados com o mercado da informação, com o objectivo de estimular um tratamento prático e integrado do assunto. Deverá ter-se em consideração a fragmentação do mercado devida à utilização de diferentes línguas nacionais; os obstáculos entre as pessoas e as máquinas causados pela linguagem artificial utilizada pelas máquinas; e os obstáculos ao acesso à informação provocados pela incapacidade das máquinas classificarem a informação que contêm.

32. A importância da língua não deverá ser subestimada. Se se pretende que o mercado atraia um vasto público de utilizadores profissionais gerais será necessário que estes sejam servidos na sua própria língua. As dificuldades em levar a cabo esta tarefa são limitações ao crescimento. Mas, na realidade, até que ponto é que a variedade das línguas nacionais utilizadas na Comunidade é um obstáculo, e quais as medidas que poderão ser tomadas para o ultrapassar?

33. Serviços da informação em linha. Os actuais serviços da informação em linha (excluindo Vídeotexto) visam sobretudo, e são sobretudo utilizados, pelos especialistas da informação; no entanto, mesmo neste mercado, a penetração, a utilização e o nível de satisfação do utilizador são muito inferiores ao que poderiam ser. Para outros utilizadores, em especial o utilizador profissional geral, a oferta é muito pequena em quase toda a Europa na maioria dos assuntos.

- a. Quais os factores que inibem uma utilização mais vasta dos serviços da informação em linha? Sobretudo, quais os problemas com que se poderá

deparar o utilizador inexperiente, e será que estes problemas são insuperáveis?

- b. Os problemas são os mesmos para os utilizadores de todos os tipos (por exemplo, especialistas da informação na indústria, utilizadores profissionais e especialistas na indústria, o cidadão individual)?
- c. Quais as perspectivas relativamente a desenvolvimentos importantes dos serviços da informação, no que diz respeito ao utilizador geral (não especialista)?
- d. Será que poderiam ser efectuadas acções do mercado da informação com vista a facilitar uma maior descentralização do trabalho?
- e. Quais os factores que inibem, por lado, a entrada no mercado de fornecedores potenciais de serviços da informação e, por outro, o fornecimento de um leque mais vasto de serviços da informação pelos que já se encontram no mercado?

34. O IMPACT.2 terá de contemplar acções específicas destinadas a promover o desenvolvimento de todos os meios e serviços necessários que permitam aos utilizadores e fornecedores potenciais de serviços da informação em linha quer uma entrada fácil no mercado, quer a realização de operações sem problemas. O IMPACT.2 necessita de estimular a criação de um Ambiente de Apoio de Serviços da Informação (ISSE, Information Services Support Environment) com qualidade suficiente para atrair uma vasta população de utilizadores profissionais gerais.

35. Facilidades em linha. Tem sido referido que enquanto os programas recentes têm dado uma atenção considerável a serviços electrónicos da informação em linha, relativamente pouca importância tem sido dada ao mercado fora de linha (incluindo distribuição da informação em papel e em discos ópticos). Será necessário realizar acções para promover a distribuição da informação fora de linha? Considera-se actualmente que os novos meios (por exemplo, discos ópticos) necessitam de um apoio específico e positivo enquanto que os antigos meios (por exemplo, o papel) necessitam de ser considerados unicamente como elementos de integração nas facilidades mais recentes.

36. Será que se deverão realizar acções com vista a estimular o mercado de publicações em meios ópticos? Parece evidente que seria oferecido um maior número de publicações se fosse utilizado mais equipamento de leitura, e que seria vendido um maior número de aparelhos de leitura se houvesse mais publicações. Deverão ser efectuados esforços para estimular a distribuição de equipamento de leitura ou de publicações CD-ROM? No caso do equipamento, qual a forma de estímulo que deveria ser fornecido e a que sector do mercado? No caso das publicações, qual o tipo e por quem? Em caso afirmativo, qual (quais) a(s) norma(s) a apoiar (por exemplo, CDI)?

37. Normas. Não há dúvida que um alto grau de normalização tornaria mais fácil e mais rentável para todos os envolvidos a entrada e a operação no mercado. Existe, em especial, uma necessidade premente de se chegar a um acordo comum sobre o formato e o conteúdo da informação de todos os tipos, quer de interfaces entre sistemas quer de publicações. Por outro lado, a necessidade é de tal modo plausível e urgente que é difícil a indústria poder

esperar pacientemente pela criação de novas normas internacionais; parece ser necessário algo mais prático. Quais as agências que podem encarregar-se da definição, do registo e da promulgação das normas necessárias sem os prazos e os riscos inerentes aos programas formais de desenvolvimento de normas?

PROJECTOS PILOTO E DE DEMONSTRAÇÃO

38. É intenção da Comunidade contribuir com fundos para desenvolvimentos específicos destinados a exercer um efeito catalizador sobre o mercado. Serão tidos em consideração três tipos de projecto.

- a. Aplicações que neste momento não são viáveis economicamente mas que poderão vir a sê-lo se lhes for dado o impulso necessário. Estes projectos são considerados como particularmente adequados nos casos em que o investimento de desenvolvimentos inicial não provém imediatamente de fontes comerciais, tal como pode acontecer quando os primeiros participantes têm de criar um mercado que poderá ser explorado livremente por participantes posteriores. Quais as indústrias, quais os tipos de aplicação e quais os tipos da informação adequados para este tipo de apoio?
- b. Aplicações que se encontram fora do domínio comercial e possuem importância estratégica para justificar o investimento comunitário. Tal pode incluir o estímulo de desenvolvimentos em áreas de serviços públicos tradicionais (por exemplo, medicina, educação, ciência, ambiente, etc.) e em actividades industriais de apoio mais recentes (por exemplo, especificações técnicas para fabricantes de produtos, oportunidades comerciais de todos os tipos, etc.). Existem na realidade projectos que mereçam um tal apoio?
- c. Medidas destinadas a manter e melhorar a posição dos segmentos da indústria comunitária da informação que são um êxito comercial hoje em dia. Considera-se habitualmente como pouco provável que muitos projectos deste tipo venham a ser propostos; caso surja algum será necessária uma justificação muito clara.

39. Continuam por definir quais os mecanismos a utilizar para identificar projectos candidatos, quais os critérios a utilizar para os seleccionar e qual o nível de financiamento a oferecer. É de esperar que sejam diferentes para os três tipos de projecto.

40. Deverá ter-se presente que foram levantadas questões sobre o método previamente utilizado par definir projectos específicos através de convites para apresentação de propostas. Entre elas verifica-se a preocupação sobre a proporção de possíveis participantes que venham eventualmente a ter conhecimento do convite; dificuldades em estabelecer sociedades internacionais efectivas; o custo da apresentação de propostas; o nível de apoio oferecido (25% no IMPACT.1); duração do processo; e o facto de os projectos que não entram no ciclo de avaliação inicial não poderem habitualmente ser considerados mais tarde no programa. Estes problemas são de grande importância nas regiões menos favorecidas da Comunidade.

GESTÃO DE IMPACT.2

41. Embora o novo programa seja gerido pela CCE, a sua realização deverá continuar em estreita colaboração com os Governos dos Estados-membros (por exemplo, via SOAC) e grupos internacionais de fornecedores e utilizadores (por exemplo, EIIA, EUSIDIC, IEPRC). Contudo, foi apresentada uma proposta para que a indústria venha a ter um papel muito mais activo na execução do programa. Esta ideia parece merecer reflexão, ainda que apenas para assegurar uma vigilância permanente sobre a realidade comercial sempre que relevante. No entanto, não é clara qual a melhor forma de o fazer considerando as estruturas existentes.

HENRI HUDRISSIER

Depuis quelques cinq-cents ans, une industrie culturelle en est l'émancipée. C'est mise en place en Europe l'Édition. Celle-ci, née de l'union des industries qui ont suivi, a basé sa prospérité sur plusieurs facteurs. Pour il se serait pas le lieu de débiter ici, mais qui ont connus trois émanations principales:

- 1) Un accès à la culture et au savoir largement partagé
- 2) Une duplication à très faible coût matériel, garanti de ce partage.
- 3) La consommation croissante des produits de ces industries impliquant nécessairement des modifications profondes de la Culture et du Savoir de nos Populations Occidentales.

1. Un accès à la culture et au savoir largement partagé

C'est ce qu'a été étudié l'Alphabet grec- romain avec la mise en place d'un code de communication facile à maîtriser et à apprendre par tout, l'alphabet, serait plus l'écris de une écrit usage professionnels, pour l'ouvrir à une large population qui prospère grâce au savoir. Les romains ont été le *Affricain Grecs*, c'est l'Humanisme Antique, celui-là même qui renoué la Renaissance et sur lequel nous vivons encore.

2. Une éducation à très faible coût matériel garanti de ce partage

Une duplication quasiment idéologique et à très faible coût de la forme écrite de ce Savoir ou de cet Art, c'est d'abord l'imprimerie, ensuite de nos industries Culturelles, suivie ensuite par une série de nouveaux média de la photographie à la photographie, de l'informatique à la radio et à la télévision.

3. La consommation croissante des produits de ces industries implique des modifications profondes dans la Culture et le Savoir de nos populations occidentales

Il est en effet nécessaire que la population occidentale maintienne ses habitudes culturelles conduisant à une consommation importante des produits