

PREAMBULE

Depuis quelque temps, plusieurs membres du secteur nous ont fait part de la remise en question de leur structure documentaire par leur hiérarchie. Cette remise en cause est notamment due à la généralisation de l'accès direct à l'information par les non-professionnels de l'info-doc. La tentation peut aussi exister de la part des directions d'externaliser la fonction documentaire.

Puisque depuis plusieurs années nous échangeons lors de nos réunions sur l'évolution du métier, il nous a semblé qu'il pourrait être utile de formaliser ces réflexions en élaborant un argumentaire, sorte de boîte à outils dans laquelle chacun pourrait venir y piocher les arguments propres à sa situation, s'il était amené un jour à justifier ses activités.

Ce document de travail est le fruit d'une synthèse :

- ✓ de divers documents ADBS (plaquettes notamment)
- ✓ d'échanges entre les participants lors de nos réunions d'avril et novembre 2010
- ✓ d'une trentaine de mails reçus par un des membres confronté à cette situation.

Il s'agit d'une sorte de « work-in-progress » qui, par nature, n'est pas figé, mais au contraire reste ouvert aux ajouts et modifications, en fonction notamment de l'évolution des pratiques documentaires et de la technologie.

La liste des arguments recensés est assez longue, mais finalement ils tournent tous autour de deux notions :

- le gain de temps et/ou d'argent
- la qualité de la prestation (la valeur ajoutée apportée par le professionnel de l'info).

Adopter une classification plus fine aurait donc été trop artificiel. D'autant que cette distinction pose déjà problème concernant certains arguments qui présentent ces deux intérêts.

La troisième partie propose un certain nombre d'actions, qui tiennent plus du faire-savoir et de la stratégie que du savoir-faire, mais qui ne sont pas à négliger, tant il est souvent reproché au documentaliste de ne pas suffisamment savoir mettre en valeur ses compétences et donc les prestations qu'il propose.

A - TEMPS / COÛT

Le gain de temps (et donc d'argent) induit par le recours à un professionnel de l'info représente évidemment une économie d'autant plus grande qu'il faut bien reconnaître que le coût horaire de celui-ci est bien souvent moindre que celui de la plupart de ses utilisateurs potentiels.

Les éléments listés ci-dessous concourent à ce gain de temps :

A1 - Stratégie de recherche

Au lieu de se lancer d'emblée dans une recherche sur le net via Google, comme le fait la plupart des personnes, le documentaliste, du fait de son expérience et son savoir-faire, prend le temps d'analyser la demande et de passer en revue les différents moyens à sa disposition (réseau de personnes notamment).

Cette réflexion préalable est d'autant plus judicieuse, quand on sait combien une recherche sur le net peut être chronophage et pas toujours couronnée de succès.

A2 - Meilleure connaissance des sources

En plus de leur nombre sans cesse croissant, se pose la question de leur fiabilité.

A3 - Meilleure connaissance des interfaces d'interrogation

Ceci s'applique également à des outils en apparence aussi simples que Google, dont la richesse échappe souvent aux utilisateurs, même les "digital natives"

A4 - Centralisation des recherches

Elle permet de capitaliser une information qui a été validée, traitée et conservée en vue d'une éventuelle réutilisation totale ou partielle. En cas de nécessité future d'actualiser l'info trouvée ou d'effectuer une recherche similaire, cela permet de capitaliser la méthode de recherche utilisée.

A5 - Centralisation et mutualisation de la veille

La sélection en amont des multiples sources d'information (lettres d'info, alertes diverses, veille automatisée...) permet d'éviter que cette tâche ne soit répétée par toutes les personnes concernées. Cette profusion des sources rend de plus en plus difficile pour l'utilisateur le suivi des domaines le concernant et encore plus celui des domaines connexes, ainsi que le repérage des signaux faibles.

A6 - Réseau interne (KM)

La connaissance par le documentaliste des savoirs internes lui permet de localiser plus rapidement l'interlocuteur compétent

A7 - Réseau externe

Au fil du temps, les recherches et diverses participations à des activités externes (associations, salons...) permettent de constituer un réseau (documentalistes, administrations, syndicats professionnels...). Cela se traduit souvent par un gain de temps appréciable lors d'une recherche d'info ou de document.

A8 - Economies

L'économie réalisée grâce à l'existence d'une entité documentaire peut prendre des formes encore plus facilement mesurables que le gain de temps :

- ✓ Centralisation, rationalisation et mutualisation des achats et des abonnements (papier ou électroniques)
- ✓ Négociation avec les éditeurs

Cela est d'autant plus vrai dans le cas de structures de taille importante et éclatées géographiquement. A noter que les professionnels de l'info sont souvent mieux à même de d'estimer l'offre d'un éditeur (accès simultanés, archives...) que ne peut le faire un Service Achats par ex.

B - VALEUR AJOUTEE

Il s'agit ici du plus apporté par la présence en interne d'un professionnel de l'info, notamment en termes de qualité, pertinence ou exhaustivité de l'information.

B1- Recherches documentaires :

- ✓ connaissances des sources
- ✓ validation des informations (identification des sources)
- ✓ prise en compte du web invisible
- ✓ connaissance des techniques d'interrogation (opérateurs booléens, de proximité, synonymie/homonymie...)
- ✓ conscience des limites de Google et plus généralement de la recherche en texte intégral
- ✓ prise en compte de l'existence possible de différentes versions d'un même document

B2 - Capitalisation :

- ✓ des sources, des informations et des documents externes (obtenus lors de recherches ou d'activités de veille) en vue d'alimenter un fonds interne, la pérennité de l'accès à une information sur internet étant loin d'être garantie
- ✓ des informations et documents internes (mémoire de l'entreprise).

Dans les deux cas, une gestion aussi indépendante que possible des mouvements de personnes et un traitement documentaire (classification, indexation...) permettront de retrouver plus aisément ces infos et documents.

B3 - Outils internes :

Participation au développement d'outils documentaires internes (par ex : mise en place d'une plate-forme collaborative).

Par sa connaissance des besoins et des pratiques des utilisateurs, le documentaliste est un médiateur précieux entre les utilisateurs et la Direction des Services Informatiques, ainsi qu'un collaborateur crédible par son expertise en matière de systèmes documentaires.

A la différence de la plupart de ses collaborateurs qui ont surtout une connaissance de leur domaine, sa vision plus globale peut présenter un avantage certain, afin notamment de mieux coordonner les différents projets.

Lors de l'intégration à un outil interne de données soumis au droit de copie, il peut opportunément rappeler quelques principes de base qui ont souvent tendance à être oubliés...

B4 - Outils externes

De par sa connaissance, le documentaliste peut mieux coller aux besoins et aux pratiques des utilisateurs que ne pourraient le faire tout autre service (Achats, Informatique..) ou un prestataire externe (notamment dans le cadre d'abonnements à des bases de données scientifiques, réglementaires ou normatives). Et il est mieux à même de juger l'offre d'un éditeur (périodes couvertes, ergonomie de l'interface...) que les Services Achats ou Informatique, par ex.

B5 - Formation

- ✓ Actions de formation plus ou moins formelles des utilisateurs, notamment à la recherche sur internet et sur les bases de données mises à leur disposition (contenu et technique d'interrogation). Même les "digital natives" auraient tendance à privilégier Google, dont ils ne semblent pas utiliser pour autant tout le potentiel, au détriment d'outils au contenu plus fiable mis à leur disposition
- ✓ Accompagnement des utilisateurs dans l'usage quotidien des outils bureautiques ou dans la gestion documentaire personnelle

B6 - Réseau

La constitution d'un réseau interne (collaborateurs) et externe (documentalistes, administrations, syndicats professionnels...) permet d'accéder à des informations qui ne sont pas disponibles sur le net et qui sont souvent fiables et à forte valeur ajoutée, car difficiles à obtenir par d'autres moyens. Ceci est particulièrement vrai dans le cas de la réglementation, qui nécessite souvent d'aller chercher l'info à la source compétente pour s'assurer de sa fiabilité.

B7 - Dimension humaine

Face à l'importance grandissante de la technologie et à la masse sans cesse croissante d'info en ligne, le besoin de réintroduire de l'humain se fait sentir. Que ce soit concernant le web ou les

outils internes, nous sommes encore loin de systèmes totalement automatisés (alimentation, interrogation) qui donnent entière satisfaction à l'utilisateur final non-professionnel de l'info.

De par son rôle central et transversal, le professionnel de l'info, tout en suivant les évolutions technologiques, permet justement de mettre du lien entre les personnes (connaissance de l'expertise interne) et de faciliter la circulation de l'information.

C -ACTIONS STRATEGIQUES

C1 - Se rendre visible et crédible :

- ✓ Participation à des projets internes dans lesquels nos compétences et/ou notre connaissance des besoins et pratiques des collaborateurs peuvent avoir leur utilité
- ✓ Médiation : la "transversalité" de notre fonction au sein de nos structures est un atout à entretenir
- ✓ Participation à des communautés de pratique ou même animation de celles-ci
- ✓ Accueil des nouveaux embauchés et présentation de nos activités et prestations

En plus de nous rendre visibles, ces actions concourent à montrer que notre rôle ne se limite pas à la gestion de la "documentation externe". La gestion du savoir interne prend d'autant plus d'importance que dans le même temps l'information externe devient directement accessible à tous.

C2 - "Actions qualité"

- ✓ Réalisation de statistiques, notamment de consultation
Elles sont surtout intéressantes sur la durée pour monter une évolution (positive autant que possible)
- ✓ Audit interne ou externe
Ce genre d'action est évidemment à double tranchant et ne doit pas être entrepris à la légère, sous peine de mettre en lumière des dysfonctionnements qui seraient contre-productifs...
- ✓ Enquêtes de besoins et de satisfaction
Si possible qualitatives et en entretien, afin d'être au plus près des utilisateurs. Elles permettent d'être à l'écoute de leurs besoins et de leurs pratiques et de savoir si nos prestations (veille notamment) répondent à leurs attentes. Elles sont aussi l'occasion de leur rappeler nos prestations
- ✓ Retours positifs
Toutes les traces écrites de remerciement sont évidemment à conserver, d'autant plus précieusement qu'elles émanent de personnes stratégiquement haut placées.

C3 - Aspect financier

On sait combien l'aspect financier entre en ligne de compte dans le choix de nos dirigeants. Aussi, même si ce n'est pas la partie la plus passionnante de nos activités, montrer que nous

prenons en compte cet aspect ne peut qu'ajouter à notre crédibilité, surtout que certaines de nos dépenses sont loin d'être négligeables.

Il est à noter que la refacturation en interne des prestations documentaires peut être une façon de sensibiliser les collaborateurs au coût de l'information que Google pourrait avoir fait perdre de vue.

C4 - Hiérarchie

- ✓ Le rattachement hiérarchique est un élément sur lequel nous avons peu de prise, mais qui n'est pas sans importance. Etant donné notre positionnement transversal, la logique voudrait que nous soyons rattachés à la direction générale, mais c'est assez rarement le cas. De la personnalité et de la fonction de ce responsable, ainsi que de l'importance qu'il accordera à notre fonction, dépendra en grande partie notre poids au sein de notre structure et notamment de notre intégration à des projets internes.
- ✓ Avoir le soutien de la direction générale est une condition utile pour ne pas dire obligée afin de pouvoir mener à bien certaines actions, notamment celles impliquant nos collaborateurs, qui ne sont pas toujours suffisamment sensibilisés à l'utilité de...collaborer.

Secteur ATC
Septembre 2011