

**ASSISTANT TERRITORIAL DE CONSERVATION DU PATRIMOINE ET DES
BIBLIOTHEQUES PRINCIPAL DE 2^{ème} CLASSE**

CONCOURS EXTERNE, INTERNE ET TROISIEME CONCOURS

SESSION 2013

La rédaction d'une note à l'aide des éléments d'un dossier portant sur la spécialité choisie par le candidat au moment de l'inscription.

Durée : 3 heures
Coefficient : 3

SPECIALITE : DOCUMENTATION

A LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET

✎ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni votre numéro de convocation, ni signature ou paraphe.

✎ Aucune référence (nom de collectivité, nom de personne, ...) autre que celles figurant le cas échéant sur le sujet ou dans le dossier ne doit apparaître dans votre copie.

✎ Seul l'usage d'un stylo soit noir soit bleu est autorisé (bille, plume ou feutre). L'utilisation d'une autre couleur, pour écrire ou souligner, sera considérée comme un signe distinctif, de même que l'utilisation d'un surligneur.

**Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.**

Vous êtes assistant territorial de conservation du patrimoine et des bibliothèques principal de 2^{ème} classe au service documentation du département de X. Votre responsable de service vous demande de rédiger à son attention, exclusivement à l'aide des documents ci-joints, une note sur la valeur et la qualité des services documentaires.

Document 1 : « Information, documentation et démarche qualité », Eric Sutter – *Qualité et information-documentation* – 2010 – 4 pages

Document 2 : « Veille : la qualité se met à l'heure du 2.0. » - www.qualiteperformance.org – 28 mars 2013 – 1 page

Document 3 : « Démarche qualité et gestion documentaire » - *Documentaliste Sciences de l'Information*, vol. 47 n° 2 – 2010 – 2 pages

Document 4 : « Les techniques de communication utiles aux services documentation », M-M. Salmon – *Documentaliste Sciences de l'Information*, vol.45 n°11 – 2008 – 1 page

Document 5 : « Comment améliorer la diffusion de sa veille ? Retours d'expérience à l'ADBS », B. Foenix-Riou – *Netsources n°101* – Novembre/Décembre 2012 – 6 pages

Document 6 : « De l'industrie de l'information à la net-économie : une affaire de "valeur" » - *Documentaliste Sciences de l'Information* – 2011 – 2 pages

Document 7 : « La valeur des services documentaires en prise avec le numérique », G. Charton – *Bulletin des bibliothèques de France*, T.57 n°5 – 2012 – 5 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents volontairement non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

Information, documentation et démarche qualité synthèse

Eric SUTTER
Consultant en gestion d'information

L'information remplit des fonctions multiples : aide au développement, facteur de production, denrée stratégique, ferment d'innovation, atout commercial, matière à participation des travailleurs, elle est aussi enrichissement de la culture et réductrice d'incertitude pour toute décision.

En vue d'améliorer leur compétitivité, un nombre croissant d'entreprises considère l'information comme une ressource susceptible de les aider à s'imposer face à la concurrence. L'information devient en effet de plus en plus "stratégique" pour des organismes de toutes sortes, c'est-à-dire pour le personnel qui agit au sein des différentes fonctions de ces organismes. Ceci signifie que ce personnel — la clientèle potentielle ou existante des services d'information spécialisée — va devenir de plus en plus exigeant quant à l'efficacité du "service" fourni et à la bonne adéquation des produits d'information aux besoins du moment (qu'il s'agisse de "produits d'information électroniques" ou de prestations intellectuelles interactives).

Le professionnel en information-documentation a donc à relever un double défi :

- organiser la "mobilisation" de l'information comme composante de la qualité totale au sein des organismes et des entreprises,
- rendre performante une activité en émergence susceptible de prendre une part croissante dans la société de l'information et parmi les "industries de service" du XXI^e siècle.

Atteindre ces deux objectifs impliquent l'amélioration de l'infrastructure informationnelle, l'élévation du niveau de compétence des opérateurs, le soutien de "nouveaux entrepreneurs". En paraphrasant Jean Boissonat, on pourrait dire que "l'amélioration de la qualité de nos activités d'information et leur productivité n'est pas moins un impératif national que la modernisation de notre administration et de nos industries "

Pas de "qualité totale" sans "information totale"

Entreprises comme administrations visent désormais la "qualité totale" pour faire face à l'avenir, aux marchés du monde, aux clients, aux attentes des usagers ou des contribuables; mais il ne peut y avoir de qualité "totale" sans personnel informé correctement et au bon moment, autrement dit sans un dispositif d'information de qualité.

Cette remarque est d'autant plus importante que les procédures mises en place par les entreprises dans le cadre des normes ISO 9 000 sur l'assurance qualité prévoient la prise en compte d'un dispositif documentaire garantissant au personnel concerné de disposer d'outils informationnels fiables. D'autres systèmes d'assurance qualité ou encore les "prix" qualité, comme le prix Malcolm Baldrige aux Etats-Unis, oblige les entreprises qui concourent à mettre en place un système de veille concurrentielle, un dispositif de gestion des connaissances, des actions de "benchmarking", etc. Il y a là une reconnaissance de facto de l'activité documentaire et, par conséquent, un facteur d'intégration de celle-ci au sein de l'entreprise. Mais ceci signifie aussi que les professionnels de l'information-documentation seront confrontés à de nouvelles exigences de la part de leurs "clients" (fiabilité des informations fournies et de leur actualisation, valeur ajoutée des prestations par rapport à d'autres vecteurs d'accès à l'information...), d'où la nécessité de mettre la "micro-entreprise" qu'est le service d'information et de documentation (et à fortiori les entreprises d'information) en "qualité totale".

La démarche à suivre est donc une démarche managériale.

Le seul acteur important : le client ; qu'il s'en aille et l'emploi disparaît

Jusqu'aux années 1950, le concept était exprimé en terme de "contrôle qualité" : contrôle final, situé en fin de chaîne de fabrication, confié à un service vérificateur qui accepte les pièces conformes et rejette les pièces non conformes (rebut).

Entre les années 1950 et 1980, est apparu le concept "d'assurance qualité" : intégration de la qualité du procédé et du produit en vue d'obtenir systématiquement et régulièrement la qualité requise :

- méthodes de contrôle au niveau de la production, certification des moyens (machines, opérateurs), audits,
- traitement des réclamations, fiabilité et qualité garanties au client.

C'est en 1976 que la France a commencé à se doter d'un jeu de normes méthodologiques sur la qualité. A cette époque, les définitions courantes présentaient la qualité comme "la conformité d'un ensemble de caractéristiques à des spécifications". La commission française voulut aller plus loin et choisit comme définition : "Aptitude d'un produit ou d'un service à satisfaire les besoins exprimés ou implicites des utilisateurs" (NF X 50-120), ce qui n'exclut pas la première acception. Il faut ajouter que les besoins doivent être satisfaits "au moindre coût" tant pour l'utilisateur (qui ne veut pas payer le superflu ou l'inutile) que pour le producteur (qui doit dégager du profit) et dans des délais acceptables pour les deux parties (Ces critères globaux sont les mêmes pour tous que l'on soit simple particulier consommateur ou que l'on soit en situation professionnelle ; ce sont les valeurs de ces critères, propres au contexte de l'usager et à la matière informationnelle, qu'il faut savoir identifier).

Ce n'est que depuis cette époque que l'on évoque le concept de "qualité totale" à la japonaise (Company wide quality control). Toutes les fonctions de l'entreprise sont impliquées. Chaque employé est un agent de la qualité, est responsable de ce qu'il produit. Seul ou en équipe, il mène des actions préventives pour éviter que les défauts surviennent ou se reproduisent; c'est l'autocontrôle généralisé.

Passant d'une époque de pénurie à une époque de relative abondance (du moins dans les pays les plus avancés), la qualité du produit ne constitue plus toujours le seul critère de choix; le service accompagnant le produit constitue désormais un facteur important pour le client. Pensez aux voitures automobiles et l'intérêt que vous portez en matière de renseignement fournis avant l'achat, aux possibilités d'essais pendant quelques jours, au comportement du personnel commercial, au service après-vente, etc. Certains auteurs préfèrent parler de "qualité globale" pour inclure le service au produit.

Introduire la démarche qualité dans l'univers de l'information

Le mot d'ordre : **priorité au client**. Certains auteurs définissent la qualité comme étant "le niveau d'excellence que l'organisme a choisi d'atteindre pour satisfaire sa clientèle cible".

La clientèle cible est celle qui, par ses attentes et ses besoins, dicte à l'organisme le niveau de service à atteindre. Aujourd'hui, quel que soit le domaine d'activité, les marchés se segmentent de plus en plus selon la diversité toujours plus grande des clients. En matière d'information, un directeur général n'a pas les mêmes exigences qu'un ingénieur de fabrication ou qu'un chercheur et n'attend pas les mêmes services de la part du centre de documentation ou d'un système d'information documentaire. Il faut, plus qu'auparavant, avoir une approche par métier. De ce point de vue, on ne peut séparer la démarche qualité de la démarche marketing : le point de départ est la connaissance du "client", futur utilisateur des prestations d'information et de documentation. Autrement dit, la mise en place d'une démarche qualité et d'un véritable management de la qualité doit découler de la stratégie marketing de conquête de marché, de positionnement vis-à-vis des vecteurs concurrents et de fidélisation de la clientèle. Rappelons que dans le domaine de l'information-documentation comme dans les autres, l'usager client a toujours le choix de son fournisseur...

Dans le monde des services, comme dans celui des produits, qualité ne signifie pas nécessairement luxe ou haut de gamme. Plusieurs niveaux peuvent être choisis. Pour certains clients, la 2 cv Citroën a été longtemps une voiture de qualité appréciée (pour sa consommation réduite, son faible prix d'achat, sa suspension...); pour d'autres clients, la Rolls Royce est aussi une voiture qui donne satisfaction. Entre le simple service d'accueil-orientation de l'usager dans une bibliothèque et le service d'information-conseil d'aide aux entreprises, il existe plusieurs "niveaux de valeur ajoutée" possibles dans l'offre de prestations (qui correspond, chacun, à des cibles différentes et à une

certaine "valeur" que le client est prêt à payer en fonction de ses désirs et de ses besoins). Une fois choisi et affiché le niveau de valeur ajoutée, il convient de viser "l'excellence" du service.

La conformité est le troisième paramètre de la qualité. Il s'agit de maintenir le niveau d'excellence tout le temps et partout. Il ne peut y avoir un accueil meilleur le matin que l'après-midi. Une banque de données ne peut être mise à jour chaque semaine puis plus du tout pendant six mois. Le respect du référentiel est un des aspects les plus ardues de la gestion de la qualité des services d'information.

D'autres qualitatifs ont tendance à raisonner, pour l'ensemble des activités, en terme de service (tout converge vers le client) et à le définir ainsi : "ce que le client voit, reçoit et paye". C'est une promesse de satisfaction.

De ce point de vue, la démarche qualité impose un nouveau regard : le client n'achète pas une réponse à sa question ou une session d'interrogation, il achète une solution à son problème et du gain de temps.

L'information n'est qu'une composante d'un service; vouloir vendre l'information "seule", c'est vouloir vendre un service inachevé ou partiel (d'où les difficultés commerciales des centres de documentation ou des producteurs de banques de données bibliographiques par rapport aux produits à forte valeur ajoutée telles que l'édition, la formation, les activités d'études ou de conseil). C'est ce que semblent commencer à comprendre certains fournisseurs de produits d'information sur CD-Rom qui, outre une banque de données, joignent les outils d'exploitation de ces données (logiciels de calcul, logiciel d'extraction, de manipulation et de transfert, ouverture vers d'autres logiciels, etc.) et d'intégration au poste de travail de l'utilisateur. Ils vont jusqu'au bout du processus de transfert.

De la qualité de l'information à la qualité des services d'information

L'adoption d'une démarche qualité dans le domaine de l'information et de la documentation n'est pas réellement nouvelle, mais comme dans les autres domaines industriels, l'approche a évolué.

Les années 1970-1980 ont vu les débuts de l'informatique documentaire et l'apparition des grands services d'information bibliographiques américains dans le domaine notamment de la chimie, du pétrole, des sciences, de la médecine. Très vite les utilisateurs ont été sensibles à la "qualité" de ces systèmes d'information et ont participé à leur évaluation; ainsi parlait-on de taux de rappel, de taux de précision, de taux de bruit, de taux de silence... selon le nombre de références bibliographiques pertinentes ou non pertinentes figurant (ou ne figurant pas) dans la réponse fournie par le fichier à la suite de l'interrogation.

Il faut attendre les années 1980 à 1990 et l'apparition des premières banques de données factuelles et numériques en ligne pour voir apparaître dans la littérature le concept de **contrôle qualité des données** (lors de la production) en liaison avec les problèmes de sélection des données, d'exactitude, de validation, de fiabilité.

L'approche "moderne" date de 1988-1990 avec les travaux de "Carrefours télématiques" (et ses grilles d'évaluation de l'ergonomie et de la qualité des services vidéotex) et les travaux de l'ADBS (travaux menés depuis 1987 sur l'analyse de la valeur, notamment); c'est une **approche globale de la qualité** qui est préconisée, affectant aussi bien le contenu du service d'information électronique que les conditions d'accès et les services associés; c'est la prise en compte de l'ergonomie de consultation, le respect des "promesses" faites à l'utilisateur en matière d'assistance technique (en ligne ou par téléphone), de délais pour la fourniture des documents signalés; c'est la conception même du service et son utilité (par rapport au marché) qui sont évaluées.

La qualité, dans le domaine de l'information et de la documentation, c'est donc faire en sorte que le client-utilisateur soit satisfait :

— en terme de contenu de l'information fournie (information pertinente et innovante, dont le contenu correspond à sa préoccupation et l'aide à progresser dans son travail; information adaptée, c'est-à-dire dans un langage compréhensible tant du point de vue de la langue que du point de vue du niveau culturel; information fiable et crédible, validée)

— en terme de support (c'est-à-dire exploitable facilement, si possible intégrable à son poste de travail, lisible, agréable);

— en terme de service associé à cette fourniture (c'est-à-dire fourni dans des délais rapides, sans déplacement inutile, au moindre coût).

Fondamentalement, en terme de démarche qualité, nous ne sommes pas très éloignés des autres activités de service. Si l'on prend l'exemple des distributeurs de boisson, le client attend que la machine soit facile d'emploi, que la boisson choisie soit de goût agréable et à bonne température, que le service soit correctement assuré, c'est-à-dire que la machine soit placée dans un endroit accessible et que les ingrédients soient renouvelés dans les temps. Remplacez le distributeur par l'automate de consultation de banques de données...

Les cas étudiés ou connus jusqu'à présent montrent que la démarche qualité, à condition de sélectionner les outils, s'applique fort bien aux activités d'information et de documentation, qu'il s'agisse d'activités internes ou d'activités orientées vers l'extérieur. Ces cas concernent, en effet, aussi bien des petits services de documentation internes, des services questions-réponses ou de renseignements techniques, des activités de diffusion d'information sous forme de bulletin, le développement de banques de données ou de sites web, la circulation des périodiques et des services de veille informative, des activités de bibliothèque de consultation ou de prêt, des activités d'archivage, etc. La démarche est toujours génératrice de progrès.

Du point de vue du producteur/fournisseur du service d'information, la construction de la qualité ne peut pas se réduire à un simple "contrôle qualité" en fin de processus de fabrication où l'on se bornerait à constater l'étendue des dégâts; elle va intervenir tout au long des phases de développement et de maintenance de la banque de données ou du service d'information :

- . qualité des études marketing (analyse des besoins, des comportements, de la concurrence...)
- . qualité de la conception du service d'information
- . qualité de la fabrication et de la mise à jour
- . qualité de la mise à disposition du service
- . qualité des services associés et de l'après-vente
- . qualité de la continuité du service et de la maintenance

Les normes internationales de la série ISO 9000 en matière de management de la qualité (reprises sous forme de normes européennes ou nationales) apportent une méthodologie fort utile pour "organiser" la qualité et faire en sorte que tout se passe bien dans l'entreprise et, en conséquence, que cela induise la confiance chez les clients actuels ou futurs.

Le management de la qualité implique les points suivants :

- engagement de la direction
- dispositif d'écoute des clients en amont et en aval
- allocation adaptée des ressources humaines et matérielles
- maîtrise des processus, y compris les relations avec les fournisseurs
- dispositif de mesures et surveillance à différents niveaux
- formalisation et documentation du système
- existence d'une démarche de progrès

L'idée sous-jacente au management de la qualité est de s'organiser pour réduire les écarts qui peuvent se creuser entre l'attente formulée par l'utilisateur, sa traduction en spécifications, la réalisation effective, l'annonce qui est faite auprès de l'utilisateur et le vécu de celui-ci quand il "consomme" le produit ou la prestation (ce qu'on appelle le cycle de la qualité). Ce sont ces écarts qui génèrent des insatisfactions.

Dans certains cas (entreprises d'information), cette démarche qualité devra probablement être reconnue de façon formelle ; nous évoquons au début le système d'assurance qualité ISO 9000 : la qualification du système d'assurance qualité par une tierce partie est tout à fait envisageable dans notre domaine d'activité. Ceci implique que conformité à la norme ISO 9001 du système qualité mis en place soit vérifiée périodiquement par un organisme certificateur via des audits et l'examen des enregistrements (traçabilité des relations avec les clients, traçabilité de la gestion de la qualité).

Outre la certification de conformité à l'ISO 9001, il existe aussi d'autres possibilités "d'afficher" la qualité pour gagner la confiance des clients (charte qualité, labellisation des produits, certification du personnel, prix qualité...) (...)

VEILLE : La qualité se met à l'heure du 2.0

Écrit par Administrateur Publié le 28 mars 2013.

Quoi de plus naturel que de parler "collaboration" pour un Responsable Qualité ? Travail d'équipe, focus group, écoute et satisfaction client, conduite de projet... le « construire avec » et le « parler avec » font partie du quotidien du qualicien.

Alors, avec le web 2.0, ce fameux web devenu collaboratif, le qualicien se voit désormais muni d'un allié de taille.

Dans un premier temps, de nombreux blogs ont fait leur apparition. Premières manifestations de cette volonté de partager pour co-construire, les blogs permettent à leurs rédacteurs de solliciter l'avis des internautes et de les faire réagir. Bien au-delà d'un site internet vitrine dont la volonté première est de faire connaître les produits et prestations de l'entreprise, le blog favorise le partage de contenu et remplit un rôle à la fois de pédagogie et d'image. Il sert la crédibilité de son/ses éditeurs. Nous ne citerons pas ici les très nombreux blogs traitant de la Qualité mais nous vous invitons plutôt à découvrir le Pearltrees (en français "arbre à perles") intitulé "Qualité & Performance". Il s'agit d'une illustration par l'exemple d'un outil en ligne collaboratif qui permet de partager sa veille et notamment les sites et blogs qui nous semblent pertinents sur un sujet donné. Notre pearltrees est nouveau et se met donc en place, il sera complété en continu, n'hésitez pas à commenter !

Dans un second temps, les réseaux sociaux sont apparus... jusque dans les entreprises et organisations publiques.

Pour ne citer qu'eux mais il y en a d'autres, les nombreux groupes de discussion autour de la Qualité sur le réseau social [Viadeo](#) illustrent bien cette tendance au dialogue et au partage. Les réseaux sociaux ne sont qu'une extension, une opportunité digitale au traditionnel benchmarking.

Très récemment, le 20 mars dernier, Arnaud Derathé, de la Délégation à la Modernisation du Secrétariat général des ministères économiques et financiers, a témoigné de cette tendance 2.0 lors du Congrès Qualita : « Qualité 2.0 » ou comment mieux travailler ensemble ?

Un ouvrage est aussi paru fin 2012 aux éditions AFNOR : Management 2.0, performance économique et capital humain !

La "Qualité 2.0" n'est donc pas un mirage ni un simple effet de langage à la mode, mais bien une opportunité majeure pour les acteurs de la performance.

A suivre... sur les réseaux sociaux !

<http://www.qualiteperformance.org/>

métiers et compétences

[**journée d'étude**] C'est autour du thème « Démarche qualité et gestion documentaire » que se sont retrouvés, le jeudi 11 mars, au CETE de Lille, documentalistes et qualitiens pour la Journée Egide, organisée chaque année par des étudiants du master Information Communication Documentation (ICD) de l'Université Lille 3 qui en proposent ici la synthèse.

Démarche qualité et gestion documentaire

Au micro se sont succédé cinq intervenants, d'horizons variés, venus rencontrer un public attentif et dynamique. Éric Sutter a posé les bases théoriques de la qualité qu'Élisabeth Gayon a ensuite illustrées par un témoignage de mise en place d'indicateurs qualité. Jean-Louis Lequeux a insisté sur l'évolution du document à l'ère du Web 2.0 qu'il rattache aux normes qualité. Patricia Esnault a abordé la qualité documentaire à travers la gestion électronique de documents dans un contexte de développement durable et Olivier Dubois la démarche qualité appliquée au *e-learning*.

Une question de management

Selon Éric Sutter¹, la qualité est étroitement liée à la satisfaction du client. Il ne s'agit pas de répondre à la demande d'un utilisateur mais de s'adapter à un public donné par rapport aux objectifs d'une structure. Qu'entend-on par qualité : qualité documentaire, qualité des données, de l'information, de la prestation ? La qualité est essentiellement un problème de management : des règles d'organisation doivent être fixées pour que la prestation réalisée donne pleine satisfaction, de façon pérenne, à

l'utilisateur comme à l'institution. « Il faut veiller à mettre en synergie toutes les compétences », a précisé l'orateur. Le professionnel de l'information évolue dans un environnement concurrentiel où l'utilisateur a le choix entre plusieurs vecteurs d'information. La démarche qualité est un élément qui permet d'être attractif et intervient en aval de la démarche marketing. L'intérêt se porte sur le rôle de médiateur du professionnel de l'information qui constitue une valeur ajoutée. La qualité permet de mesurer le décalage entre un service offert et sa perception par l'utilisateur. Éric Sutter a souligné la nécessité de mettre en place un dispositif d'écoute du client, par le biais de questionnaires d'évaluation, par exemple. Enfin, des indicateurs qualité sont indispensables pour contrôler la conformité.

Les concepts, objectifs et outils de mesure

L'intervention d'Élisabeth Gayon a complété les propos précédents par un exemple de mise en place d'indicateurs mesurant la satisfaction du client des services d'information. Elle a en premier lieu rappelé la complexité de la notion de démarche qualité, qui concerne d'abord le domaine de

la production, et qu'on essaie d'appliquer au domaine de l'information-documentation. Or, par opposition au produit, un service se caractérise par son immatérialité ; il est donc difficilement mesurable, et sa qualité (ou non-qualité) se définit par des critères subjectifs. La présidente de l'Adbs a insisté sur la place centrale du client dans ce type de démarche : qu'il soit interne ou externe, il présente des exigences propres. Elle a rappelé que l'un des points clés de la démarche qualité est la communication auprès des clients, sur les processus et les activités. On distingue trois catégories d'indicateurs de qualité : les indicateurs d'activité, qui mesurent la production d'un service, ceux de performance, qui évaluent l'efficacité d'un service et l'atteinte de ses objectifs, enfin ceux de pilotage, qui servent à préparer les décisions clés.

La présentation des concepts, objectifs et outils de mesure de la qualité des services a permis à Élisabeth Gayon d'introduire l'étude sur les pratiques informationnelles des clients de la direction Information du groupe Total, pour laquelle elle a exercé. L'objectif était notamment de saisir les pratiques en matière de collecte.

de traitement et de valorisation de l'information. L'approche qualitative a ainsi permis de dégager les tendances générales concernant les sources utilisées et les types de traitement de l'information. Les entretiens ont également mis en évidence les besoins des utilisateurs, ainsi que l'image véhiculée par la direction Information. De cette analyse sont ressortis trois axes de progrès pour l'amélioration de la satisfaction des clients. En conclusion, la nécessité d'une mesure régulière de la qualité des services a été soulignée.

e-learning et qualité

Olivier Dubois² a affirmé que le *e-learning* (formation en ligne) permet, grâce aux technologies de l'information et de la communication, d'améliorer la qualité de la formation en facilitant l'accès de l'apprenant à des ressources et des services. Selon lui, le *Référentiel de bonnes pratiques*, publié par l'AFNOR en avril 2004, est une référence sur le développement d'une solution de *e-learning* et sur l'évolution de la qualité. Ce texte serait précurseur de la norme ISO/CEI 19796-1:2005 « Management, assurance et métrologie de la qualité », qui porte sur les techniques de l'information et permet de faire face aux difficultés de mise en place d'une formation en ligne. La convergence technique des outils conduit à rapprocher des démarches auparavant éloignées. Par ailleurs la médiation documentaire en bibliothèque n'est-elle pas à l'origine du *e-learning* ?

Document et qualité

Jean-Louis Lequeux a mis en exergue la relation entre l'évolution de la qualité et celle du document, qui s'organiserait en trois âges : le papier et le manuscrit, l'informatique incluant l'arrivée de la bureautique, et le Web 1.0 et 2.0 touchant à la sémantisation. Avec le Web, la notion de qualité est encore plus critique que par le passé et les normes qualité s'adaptent au contexte numérique. L'idée du

Deux questions à Éric Sutter

Dans un secteur moins concurrentiel comme le secteur public, par exemple, comment peut-on faire prendre conscience d'une telle démarche qualité ? « Soit c'est la direction qui prend conscience de ce besoin d'un service qualité. Soit il ne se passe rien au niveau de l'institution. On est interdépendant des autres services de celle-ci. Il est important d'avoir le soutien de la hiérarchie. Les fournisseurs internes doivent être impliqués. Il faut travailler en amont. C'est la direction générale qui peut faire bouger les choses. »

Beaucoup de normes sont utilisées dans les entreprises pour obtenir une certification. Les entreprises savent-elles que la démarche qualité est une valeur ajoutée pour eux ou est-ce juste pour avoir une certification ? « Il y a plusieurs cas de figure : certaines entreprises veulent juste avoir la certification pour des marchés. Il n'y a pas de dynamique, de vécu. C'est purement formel : elles veulent juste l'accréditation. Au contraire, certaines misent sur la qualité pour se démarquer des concurrents et servir le client. Ce qui est important, c'est comment satisfaire le client de façon pérenne. Ce n'est pas grave si l'entreprise n'est pas certifiée, si elle ne sait pas ce qu'est l'ISO 9000. »

document a changé : celui-ci est devenu dynamique d'un point de vue physique et technique. Selon l'intervenant, la qualité documentaire serait associée au cycle du document : élaboration (*versioning*, droits d'auteur, propriétés), distribution (sécurité, conformité), vie active, vie passive (tout document a une fin) et traçabilité. Des contraintes sociétales sont émises par le gouvernement : les exigences de conformité qui sont utiles aux systèmes d'information, la norme ISO 14000, et la norme ISO 27000 (sécurité des informations).

GED et qualité documentaire

Dans sa conférence « GED et qualité documentaire au cœur du développement durable », Patricia Esnault⁴ a exploré les différentes problématiques associées au concept de gestion électronique de documents. Il s'agissait de comprendre dans quel contexte une organisation est amenée à choisir ce système pour la gestion de ses documents, quelles sont les différentes solutions de GED proposées (administrative, bureautique, documentaire) et comment les mettre en place. La réflexion est notamment passée par une revue des normes en vigueur ou encore par l'analyse des transformations introduites par la GED au niveau de l'accès et de la conservation des documents ainsi que leur inscrip-

tion dans une démarche de développement durable.

Quelques mots-clés

Éric Sutter a clos cette journée par une synthèse des interventions autour de mots-clés. La qualité était bien sûr au cœur de chacune des interventions, l'accent étant mis sur la nécessité de placer le client au centre du management. M. Sutter a rappelé l'influence des technologies sur la mise en œuvre de la qualité ainsi que la nécessité du contrôle qualité. La notion de *fiabilisation* des informations et des documents a été évoquée pour gagner la confiance des utilisateurs. Bien que sous-jacent, le concept de *partage* n'avait pas encore été mentionné jusqu'alors, ainsi Éric Sutter a souligné l'importance de la sensibilisation et de la participation du personnel à la mise en place d'une démarche qualité qui doit être ouverte et en *amélioration continue*. La gestion des risques est indispensable dans une telle démarche ainsi que l'évaluation du *coût économique*. Enfin le dernier mot-clé cité a été celui de *culture* : la démarche qualité est optimale lorsqu'elle s'inscrit dans une culture d'entreprise centrée sur l'écoute client, la qualité devient alors un réflexe pour l'ensemble du personnel.

Samia Benfyala, Elsa Boone,
Céline Carpentier, Ludivine
Magrez et Domitille Telliez,
egide2010@gmail.com

1 Consultant en management de la qualité des services d'information.

2 Responsable qualité et gérant de la société AF&Co.

3 Consultant en architecture des systèmes d'information chez Atos Origin.

4 Consultante qualité et co-gérante de la société Sigma Consulting.

focus



Marie-Madeleine Salmon bénéficie d'une double compétence en information-documentation et en marketing. Elle dirige actuellement la documentation du groupe Publicis et enseigne les techniques de veille et de marketing à l'Université de Bourgogne. Elle est membre actif de l'ADBS et de Scip France. Elle a reçu en 2006 le prix « Information Professional Europe » décerné par la Specialised Librarians Association.

mmsalmon@gmail.com

[**méthode**] Quelles méthodes et techniques de communication sont les plus appropriées et les plus efficaces pour un service d'information documentaire ? Marie-Madeleine Salmon propose quelques orientations, tout en montrant l'importance d'une communication forte et constante sur l'identité du service.

Les techniques de communication utiles aux services documentation

Les techniques à la disposition des documentalistes désirant communiquer sur leur service sont très nombreuses. Elles doivent être orchestrées dans une politique globale mais, utilisées seules, elles peuvent aussi donner des résultats.

CRÉER UN LOGO. Que l'environnement du service soit public ou privé, avoir un logo ou un signe visuel de reconnaissance est un élément essentiel qui aide fortement à repérer le service documentation et à le distinguer des autres structures. Le logo est un emblème : il représente l'entité. Mais il peut aussi évoluer. La British Library, par exemple, a récemment modernisé le sien pour développer une image plus contemporaine.

Si le service documentation est interne, la création d'un logo propre est rarement possible. Il convient alors de se rattacher au logo officiel de l'organisme et d'y ajouter le nom du service avec la police de caractères en vigueur... et l'accord du service Communication interne. La place du service s'en trouve automatiquement renforcée. Il est impératif ensuite d'utiliser ce logo dès la moindre action de communication et de le décliner sur tous les documents et pages des sites. Plus le logo sera présent et répété, plus il servira de repère et entrera dans la culture de l'entité.

DÉCLINER UNE GAMME VISUELLE. Un autre outil de communication fort utile est la création d'une gamme visuelle pour représenter les différentes prestations du service documentation. C'est,

par exemple, le cas à la Bibliothèque publique d'information à Paris où l'« effet de gamme » a été développé à travers différents dépliants : tous ont la même mise en page, donc la même unité graphique, mais la présentation de chaque produit et service offert est déclinée avec une couleur différente. L'impact sur le lecteur est alors très clair : il comprend d'un seul coup d'œil, avant même de lire la présentation d'une prestation, ce que la bibliothèque peut lui promettre. L'utilisateur est mis en confiance par cet effet visuel.

DISTINGUER LE MODE D'EMPLOI DE LA PRÉSENTATION INSTITUTIONNELLE. Très souvent, la présentation générale du service documentation figure sur le même document que son mode d'emploi pratique. Or distinguer les deux s'avère bien plus efficace, même si des coûts supplémentaires sont engendrés.

En effet, la nature du discours n'est pas la même. Pour la présentation « institutionnelle » du service documentation, il faut mettre l'accent sur les apports pour le public : les avantages et les bénéfices qu'il peut tirer du service. Le discours doit être clair et informatif mais volontaire. Le « mode d'emploi » sera édité à part. Il sera plus pédagogique, méthodique et même très précis pour faciliter l'usage des prestations (avec des copies d'écrans, par exemple). Il se place donc sur un registre très différent de la brochure institutionnelle qui, elle, recourt à un discours plus persuasif. Dans ce sens, la brochure ou le *leaflet* (feuillet A4 souvent plié) de présentation du service

sont complétés par l'affiche ou l'affichette.

UTILISER LE WEB 2.0. Les services de documentation peuvent aussi utiliser le Web 2.0 comme support de communication pour présenter leurs possibilités et leurs apports. Le Web 2.0 permet d'avoir une communication plus offensive et surtout d'enchaîner des actions pour être présent de façon régulière auprès des publics visés. Les blogs, par exemple, ont une audience importante et sont à la portée de tous. En créer un en rapport avec le fonds documentaire géré ou participer à des blogs sur les sujets phares couverts pour alimenter ce fonds peut aider le service documentation à endosser un rôle d'expert ou de « pédagogue online », ce qui renforce son image.

Mener un projet de communication prend environ vingt pour cent de son temps ! Si le maniement des techniques de communication s'avère au départ assez lourd et s'ajoute aux autres tâches de management, ces techniques se révèlent efficaces à long terme.

Dans certains cas, communiquer devient une urgence et une obligation. Si rien n'a été déjà préparé, il faudra alors plus d'énergie pour mettre au point une politique et des actions. Faire appel à des spécialistes ou regrouper les tâches sur un poste dédié sont alors des solutions possibles. Tel a été le cas à la British Library qui a décidé de créer un service Marketing afin d'assurer l'évolution de la bibliothèque. •

NETSOURCES

CONNAÎTRE ET BIEN UTILISER L'INTERNET PROFESSIONNEL

PANORAMA

Comment améliorer la diffusion de sa veille ? *Retours d'expérience à l'ADBS*

Béatrice Foenix-Riou

Après les plateformes de veille en mai 2012, c'est la phase aval de la veille – la diffusion des résultats – qui a été au cœur des échanges, lors d'une matinée co-organisée par les secteurs Veille et Santé de l'ADBS, en décembre dernier.*

Intitulée «Comment améliorer la diffusion de sa veille ?», cette matinée était centrée sur les retours d'expérience ; son objectif était de permettre à des professionnels de l'information, appartenant à des domaines divers, d'expliquer leur démarche et les outils qu'ils avaient choisis pour diffuser et capitaliser les résultats de leur veille.

Nous tenterons dans cet article de mettre en avant le fonctionnement des différentes cellules de veille (process adoptés, outils choisis...), tel qu'il est apparu dans les témoignages.

Une veille technologique et scientifique en trois temps
Marc Lercari, Veolia Environnement Recherche & Innovation

Marc Lercari a rejoint le groupe Veolia il y a 15 ans et est responsable du pôle Veille technologique et scientifique. Avec une équipe de documentalistes et de chargés de veille, le Pôle VTS est en charge de la gestion du centre d'information et de documentation, des monographies, des normes, des adhésions aux périodiques, bases de données..., et réalise pour les chercheurs et experts (500 personnes) diverses études et veilles documentaires, comportant aussi bien des recherches bibliographiques que des états de l'art (assistance), des recherches d'antériorité (brevets) ou encore la cartographie de technologies et d'acteurs...

* «Veille : outils gratuits vs plateformes payantes - Confrontation des usages dans cinq organisations», *Netsources* n°98, Mai-Juin 2012. Synthèse sur le Blog de Recherche-veillee.com, <http://bfr.li/QYRxdV>

Il offre en outre à ses clients des solutions de capitalisation et de partage des connaissances.

Complémentarité et connexion des outils utilisés pour la veille

Plusieurs outils et services sont utilisés dans le cadre de la veille, qui se décompose en trois temps :

■ **le temps court** est celui de la détection et de la diffusion de l'information et concerne uniquement l'information publiée, c'est-à-dire l'information «blanche».

La veille est réalisée à partir du Web, des réseaux sociaux (Twitter...), de divers abonnements sous forme électronique, de banques de données mutualisées (Techniques de l'Ingénieur, Scopus, Science Direct...) et de serveurs professionnels (Factiva, Dialog, Questel);

■ **puis vient le temps «Business Action»**, qui est celui de l'analyse, externalisée auprès des experts. C'est un temps au cours duquel les utilisateurs vont s'approprier l'information et la stocker dans leur base personnelle ;

■ **arrive enfin un temps long, celui de la capitalisation** dans les bases documentaires – le wiki a un fort potentiel, mais est peu utilisé au sein de l'entreprise –.

Si les interactions entre les phases 1 et 2 sont évidentes, elles le sont moins avec la troisième phase, car seule une partie des informations – celles à valeur ajoutée – va être capitalisée ; les flux RSS par exemple sont vite périmés...

Plusieurs outils sont utilisés dans le cadre de cette veille.

■ **Pour la surveillance et la collecte des informations**, c'est la solution Digimind qui a été choisie, car elle permet de mettre en commun l'ensemble des sources, et s'avère très puissante en termes de collecte.

Le service communication utilise également cette plateforme pour la veille e-réputation, et cette mutualisation permet aux deux services de profiter des différents modules.

La grande force de Digimind réside d'autre part dans les possibilités de diffusion offertes.

Les flux RSS peuvent ainsi être personnalisés, et envoyés à différents utilisateurs.

Les tableaux de bord de Digimind sont également très utilisés et permettent, avec une seule base de connaissances, de générer des supports à la volée, sans forcément créer de nouveaux flux.

■ **La cartographie de l'information** s'appuie quant à elle sur Intellixir, et est réalisée à partir de corpus d'informations structurées issues de Questel, de Scopus... L'outil propose également d'éditer des rapports, jugés indispensables.

■ **d'autres outils** sont utilisés en complément, comme Reference Manager par exemple, qui a été choisi par de nombreux chercheurs pour capitaliser les références bibliographiques identifiées via Scopus... ; l'email d'autre part est encore très employé...

■ **la capitalisation** enfin s'appuie sur Cindoc.

Les informations collectées sont capitalisées dans la base de connaissance de Digimind, à laquelle seuls les chercheurs ont accès.

Les rapports sont quant à eux capitalisés dans le «file system», et peuvent être retrouvés via la solution Polyspot, qui indexe uniquement ce qui est enregistré dans les sources internes.

Des livrables de veille diversifiés

Plusieurs types de livrables sont proposés par le Pôle VTS :

■ **une newsletter** (baptisée IRIS) avec sommaire dynamique, très appréciée des chercheurs, a pour atout d'être facile à mettre en place : le chargé de veille indique les paramètres (fréquence...), et la newsletter se fait automatiquement.

Le point faible de ce livrable est qu'il peut saturer la boîte mail du destinataire s'il est fréquent et qu'à l'inverse, il agrègera trop d'informations et découragera la lecture s'il l'est moins...

D'autre part, ce livrable n'est pas considéré comme étant «à valeur ajoutée», car les utilisateurs tendent à penser qu'il est produit automatiquement... De plus, ils jugent quelquefois complexe de transférer un article unique de cette newsletter ...

Pour toute ces raisons, le ROI de ce livrable est difficile ;

■ **des tableaux de bord** comprennent à la fois :

- **des analyses graphiques** réalisées avec Intellixir, qui s'appuient sur l'information structurée. L'outil est très puissant et permet de croiser plusieurs données ;

- **des analyses de Digimind**, qui offrent aux utilisateurs les résultats de la veille en temps réel, avec cartes et statistiques. Ces analyses sont très appréciées des communicants, mais le sont moins des chercheurs, qui préfèrent accéder directement aux documents eux-mêmes. La valeur ajoutée de ce livrable est importante : les chercheurs peuvent capitaliser, analyser, etc. et le reporting sur l'utilisation peut être très fin.

Le point faible réside dans les conditions d'accessibilité : le tableau de bord étant en mode SaaS, l'utilisateur doit disposer d'un deuxième mot de passe, ce qui est difficile à gérer ;

■ **les rapports** enfin, édités par le pôle VTS, sont en accès libre pour tous. Ils ont une grande valeur ajoutée, d'autant qu'il est possible d'intégrer différents éléments. Leur capitalisation est très bonne.

En revanche, il n'est pas toujours simple de partager une information issue d'un rapport. Quant au ROI, il est difficile à connaître au niveau de l'information diffusée (et non du livrable).

Ce circuit de diffusion des résultats de la veille est susceptible d'évoluer.

Marc Lercari a ainsi expliqué que le pôle VTS était de plus en plus sollicité pour des veilles temps réel. Les périmètres de veille devront donc être redéfinis, pour répondre notamment à des questions comme «quelles informations, quelles données, pour en faire quoi?...».

Les évolutions technologiques influent également sur le process et le service s'intéresse désormais au multimédia et au multilinguisme...

Trois actions pour le traitement et la diffusion des résultats de la veille juridique

Albert Grego, TF1

Albert Grego est en charge de la veille juridique au sein de la Direction des Affaires Juridiques de TF1 depuis 5 ans, pour une communauté de juristes répartis géographiquement sur plusieurs sites.

L'objectif de la veille est pour lui de «rechercher l'information juridique pertinente, bien la restituer, la partager et la rendre réutilisable à tout moment sur des supports divers et variés ».

Pour atteindre cet objectif, il a opté dès 2007 pour une documentation juridique totalement dématérialisée et pour un travail de curation important sur les informations juridiques repérées.

Le traitement et la diffusion de l'information s'effectuent en trois étapes.

1^{ère} étape : communiquer l'information

La Direction des Affaires Juridiques de TF1 utilise deux outils pour communiquer les résultats de la veille juridique :

- un intranet juridique développé sous la technologie SharePoint 2010 ;
- le module « Documentation » proposé par le progiciel métier ContratTech de chez Legisway.

Avant de communiquer l'information issue de sa veille, Albert Grego effectue un travail important à la fois de curation et de mise en forme, avec rédaction d'un chapô, d'un résumé, indication des sources..., ceci afin de rendre plus attractifs les résultats de la veille pour les juristes.

Le principal canal de diffusion de l'information juridique est l'intranet. Chaque information publiée par le knowledge manager sur l'intranet est dupliquée sous forme de fiche de synthèse, dans le module Documentation. A cette fiche de synthèse est attachée la source juridique (texte de loi, jurisprudence, article, documents juridiques, etc.), et un lien hypertexte est créé entre l'information diffusée sur l'intranet juridique et ladite fiche de synthèse.

Cette fiche de synthèse deviendra un élément important dans la capitalisation de l'information récupérée via la veille juridique (voir 3^e étape).

2^{ème} étape : cibler par le push-info

La deuxième action consiste à avertir les juristes susceptibles d'être intéressés par les résultats de la veille.

Albert Grego insiste sur le fait qu'une cellule de veille ne doit pas rester isolée de sa clientèle. Il est nécessaire de faire régulièrement des réunions et des enquêtes de satisfaction, pour bien cerner les attentes des juristes. L'outil SharePoint 2010 offre à ce titre des possibilités de créer rapidement des enquêtes interactives.

Chaque juriste a une approche différente dans la manière de prendre connaissance de l'information :

- certains souhaitent être réactif face à l'actualité juridique ;
- d'autres ne veulent pas être inondés de mail et privilégient plutôt la réception d'informations importantes ;
- d'autres enfin préfèrent recevoir une synthèse de l'information à un instant t.

Albert Grego a donc mis en place plusieurs livrables :

- **un flux RSS** installé directement sur la messagerie des juristes qui le souhaitent les avertit immédiatement des dernières informations juridiques récoltées ;
- **une alerte info** est envoyée depuis l'intranet juridique pour signaler les informations juridiques importantes. Cette alerte est envoyée à des destinataires préalablement sélectionnés par le KM ; son contenu est simple, pour ne pas doubler avec les newsletters. L'alerte est le plus souvent constituée d'une phrase qui résume la problématique juridique, ce qui nécessite un travail éditorial en amont ;

■ une newsletter générale enfin est envoyée deux fois par mois à l'ensemble de la communauté juridique, et reprend ce qui a été mis en ligne sur l'intranet.

Concernant ce dernier livrable, Albert Grego a souligné la nécessité qu'il y avait de créer des « rendez-vous » avec la clientèle cible, en envoyant par exemple la newsletter à date fixe, un jour donné et idéalement à une heure donnée. Selon l'organisation de la direction juridique, une newsletter envoyée un lundi matin peut avoir plus d'impact qu'une newsletter envoyée un vendredi soir...

3ème action : capitaliser

L'information issue de la veille ne doit pas se perdre et devenir périssable. Il faut donc la centraliser, la partager et la rendre réutilisable par la communauté juridique à tout moment.

Pour arriver à cet objectif, Albert Grego a paramétré le module « documentation » du progiciel métier Contratech (Legisway).

Dans ce module, des fiches de synthèses sont créées (voir 1ère étape) et sont classées par thématiques juridiques ; ces dernières sont propres à l'activité du groupe et 70 % d'entre-elles ne sont pas traitées par les éditeurs juridiques.

L'information est datée, catégorisée et indexée avec des mots clés.

Chaque fiche va s'enrichir par la suite de références doctrinales, de commentaires, d'articles juridiques, de notes internes, et des liens sont créés entre les fiches de synthèse. A terme, l'enrichissement de ces fiches va permettre aux juristes d'avoir à leur disposition un dossier thématique, avec des références qu'ils pourront retrouver sur les bases des éditeurs juridiques.

Des fonctionnalités sont d'autre part proposées aux juristes pour retrouver très rapidement l'information :

■ un moteur de recherche – simple et avancée – offre la possibilité pour chaque utilisateur de créer son propre masque de recherche ;

■ un outil de reporting permet d'éditer des produits documentaires sous format Excel ou HTML (par exemple, un panorama de jurisprudence ou un panorama sur l'actualité doctrinale d'une thématique précise) ;

■ il est enfin possible pour des juristes ou groupes de juristes d'être alertés de la mise à jour d'une fiche, grâce à un système d'alerte automatique.

Bilan

Ce mode de circulation de l'information implique un travail du knowledge manager au niveau de la réception des actualités. Le travail de recherche ayant été fait en amont, les juristes font moins appel à Albert Grego, mais effectuent leurs recherches eux-mêmes, dans cette masse d'information scénarisée.

Plusieurs pièges doivent néanmoins être évités :

■ transmettre une information qui ne concerne pas le bon juriste ;

■ ne pas faire preuve de réactivité concernant l'envoi de l'information : « les juristes se désintéressent rapidement d'une cellule de veille qui envoie des informations connues de tous » ;

■ éviter d'inonder le juriste d'information non pertinente : « Trop d'information tue l'information.... surtout si l'information n'est pas pertinente ».

Diffusion d'une veille dans un environnement multiple

Marie-Hélène Ahamada Bacari, Total

La veille au sein du groupe Total est une démarche partagée et semi-structurée.

Il existe en effet des équipes de veille organisées en réseau – reflétant la diversité des activités du groupe et leur complémentarité –, mais aussi des cellules « sauvages », dédiées à un département, un projet ou un métier. Par ailleurs, de nombreux « Monsieur Jourdain » se sont improvisés veilleurs et utilisent des dispositifs isolés et ponctuels.

Parallèlement, une direction Information Documentation de 30 personnes est garante des politiques et des pratiques documentaires pour le groupe et est chargée d'animer ce réseau. Cette direction est composée de trois départements, qui sont en charge :

■ des achats d'information : contrats corporate, abonnements individuels, acquisitions de documents...

■ de la documentation, de la veille et des bibliothèques ;

■ et enfin des archives et du records management (archives papier et électronique).

Depuis 2009, Marie-Hélène Ahmada Bacari est responsable du département Documentation & Veille, qui rassemble 15 personnes.

Pour répondre aux nouveaux besoins et aux nouvelles pratiques des utilisateurs, son service a décidé il y a trois ans – avec l'aide d'un cabinet externe et d'un étudiant en sociologie... – d'entamer une réflexion sur leur démarche de veille, à partir de l'analyse simultanée de trois axes :

■ **Nous** : définition du profil du service, des méthodes de travail, des prestations et des outils ;

■ **Nos clients** : analyse de leurs méthodes de travail, des usages et habitudes, des outils et surtout de leurs besoins et envies ;

■ **Notre environnement** : analyse de l'environnement interne, externe, de la place de l'information, du mode numérique...

La conclusion de cette étude a été que si la collecte et le traitement des informations fonctionnaient correctement, la phase de diffusion en revanche pouvait être améliorée. Le livrable de veille était en effet composé d'un fichier PDF rassemblant l'ensemble des documents pertinents, qui était envoyé par mail aux destinataires, via une liste de diffusion.

Pour remplacer ce livrable, le service a cherché une solution qui permette la réutilisation du travail déjà fait («Veiller 1 fois, utiliser x fois»), et qui tienne compte de quatre points :

■ **interopérabilité** : dialogue, intégration et réutilisation maximum des standards ;

■ **collaboratif** : «faire avec et laisser faire» ; le service doit pouvoir fournir un univers structuré dans lequel le veilleur fait sa veille tout seul ;

■ **temps** : recul par rapport au temps réel ; s'il est possible de recevoir les informations en temps réel (via le paramétrage d'un ensemble de comptes twitter et facebook), il est impossible de les traiter....

■ **mobilité** : «any time, any way, any device» (ATAWAD). Les collaborateurs disposent aujourd'hui de smartphones, de tablettes, etc. Il faut donc réapprendre à diffuser sur de nouveaux supports.

Deux portails dédiés à la veille ont été développés, l'un avec Sharepoint en interne et l'autre avec KB Crawl en mode SaaS.

Les newsletters ont été réintroduites et relookées par un graphiste, et les informations sont diffusées sur les deux portails.

Pour inciter les utilisateurs à se connecter, des alertes sont envoyées via un flux RSS dans leurs boîtes mails (avec préalablement des ateliers de sensibilisation aux flux RSS...).

Des moteurs de recherche ont été ajoutés aux portails pour permettre de retrouver aisément les documents PDF. L'intérêt des portails est qu'ils sont lisibles sur des tablettes, et qu'ils offrent des fonctions de collaboration : les utilisateurs peuvent soumettre un article, ajouter des commentaires...

La collaboration débute difficilement mais en revanche, le portail génère des discussions à l'extérieur de la plateforme. D'autre part, de nombreuses personnes pensent désormais à soumettre des articles.

Premiers bilans

L'équipe de documentation a fait le deuil d'une solution unique et pérenne. Elle a choisi des solutions agiles (car hors SI), qui vont pouvoir évoluer dans le temps de façon le plus souvent choisie.

Pour que la diffusion soit aussi large que possible, il s'est avéré indispensable de surveiller en permanence un grand nombre de critères, car les moments de bascule peuvent être rapides et soudains. Des contacts et partenariats ont donc été pris avec de nombreuses directions pour anticiper les envies des clients.

C'est peut-être la partie diffusion qui a eu le plus de répercussions sur l'activité de veille. Désormais, le service documentation est davantage considéré comme un «collaborateur». Les chargés de veille ont plusieurs rôles (search, community manager...) et se présentent comme des experts.

Les projets

Parmi les projets, le service souhaite accentuer la personnalisation.

L'utilisation des réseaux sociaux est également au programme, et des tests sont en cours avec Jamespot.

Des réflexions sont par ailleurs menées sur l'utilisation d'autres médias (télévision, radio...), le développement d'applications spécifiques pour iphone et ipad, l'exploitation des solutions proposées par des serveurs comme Factiva, ou encore la visualisation de l'information et la cartographie...

Utiliser un RSE (réseau social d'entreprise) pour booster sa veille

Aurélien Vathonne, FLA Consultants

Chef de projet Veille chez FLA Consultants, Aurélien Vathonne met en place des veilles pour les clients (grands comptes, PME high-tech...) et leur transmet les résultats pertinents, sous des formes qui peuvent varier (résultats bruts, synthèses...).

FLA Consultants a adopté il y a peu un outil de partage et de diffusion de l'information, et l'intervention d'Aurélien visait à présenter les enjeux et les conséquences de cette utilisation.

Contexte et enjeux

Du fait de l'éloignement géographique de certains collaborateurs, il s'est avéré nécessaire de revoir en 2012 l'organisation au sein de FLA Consultants. Il fallait en effet faciliter la communication entre les personnes et fluidifier la chaîne de travail, mais aussi centraliser l'information sur les sources, les dossiers clients, les mots de passe...

Dans le même temps, une forte demande existait de la part d'un client pour faire évoluer les livrables de veille.

Les informations lui étaient en effet envoyées par mail «au fil de l'eau» – pour une meilleure réactivité – via un fichier Word, PDF, ou dans le corps du mail ; mais cette solution ne facilitait ni l'exploitation de l'information, ni la collaboration des chercheurs destinataires de la veille.

Un benchmarking des solutions de partage et de diffusion de l'information a donc été réalisé, et l'outil Knowledge Plaza a été retenu par FLA Consultants.

Édité par la société belge Whatever, cet outil répond en effet aux besoins identifiés, car c'est à la fois un outil de capitalisation – collaboratif, ergonomique, mais offrant en même temps la rigueur des plateformes documentaires – et un outil de diffusion vers l'extérieur.

Son prix est d'autre part évolutif (en fonction du volume d'informations stockées, du nombre d'utilisateurs...), ce qui le rend accessible aux PME.

Objet de la veille

La veille en question est destinée à un grand groupe alimentaire et concerne l'innovation et le packaging.

Elle couvre à la fois

- **les innovations produits** : produits intelligents, interactions objet/consommateur, décoration, emballages comestibles, nouveaux services et fonctions associés au packaging, etc. ;
- **les innovations matériaux** et plus particulièrement le verre, les métaux et les plastiques ;
- les tendances et innovations autour du **développement durable** : recyclabilité,

allègement des produits, nouveaux matériaux moins polluants...

■ les tendances de consommation...

Dans le cadre de cette veille, de multiples sources sont interrogées ou mises sous surveillance, parmi lesquelles :

- **des bases de données** sur le thème de l'innovation packaging et matériaux ;
- de grandes sources de référence : sites, blogs et titres de presse spécialisés innovations et R&D ;
- des sites de titres de presse spécialisés **packaging ou matériaux** ;
- des sites et blogs spécialisés sur le packaging, le luxe ou les tendances de consommation...

Cela représente au total une quarantaine de sources web spécialisées, ainsi que plusieurs centaines de titres de presse française et anglophone du monde entier, avec des stratégies mises au point dans plusieurs serveurs professionnels (Factiva...).

Un système de veille multi-outils

Cette veille s'effectue à partir de différentes sources et outils :

- les nouveaux articles parus dans la presse sont identifiés via les alertes mail des serveurs. C'est le système natif, très efficace, qui est utilisé ; les alertes sont réceptionnées dans une boîte mail spécifique ;
- les sites web sont surveillés avec l'outil KB Crawl ; les alertes sont envoyées par mail ;
- Google Reader est utilisé pour la surveillance des sites d'actualité, grâce à leur flux RSS ;
- Knowledge Plaza enfin est employé pour la diffusion des informations, en mode SaaS.

Cette veille nécessite concrètement une sélection hebdomadaire des informations pertinentes, qui sont enregistrées dans Knowledge Plaza avec, pour chaque document, un lien vers l'article (avec vignette), le titre, le chapô, et surtout des tags, regroupés par «famille».

L'équipe destinataire de la veille consulte les informations sur cet espace (accessible via un login et un mot de passe), puis commente et sélectionne les informations qui lui paraissent les plus intéressantes.

Cette sélection est rassemblée mensuellement par FLA Consultants, au sein d'un dossier (baptisé «Mosaïque»), qui peut être exporté ou imprimé.

Bilan

L'utilisation de Knowledge Plaza dans le process de veille s'est avéré très satisfaisante, tant pour le client que pour FLA Consultants :

- elle a mis à la disposition du client une plateforme accessible à tout moment, sur laquelle l'information est centralisée. Cette centralisation lui permet un gain de temps dans l'accès à l'information, facilite la collaboration de l'équipe (par le biais des commentaires) et la mise en relation des différentes informations (grâce à un système de «tiles») ; elle rend d'autre part la communication avec le prestataire (FLA Consultants) plus aisée ;
- pour FLA Consultants, l'outil a permis une meilleure organisation en interne, et un gain de productivité dans la collecte et la diffusion de la veille.

Au final, le bilan s'est avéré extrêmement positif, puisque la prestation de veille effectuée pour ce client a été pérennisée.

[analyse] Les transformations vécues au cours des trente dernières années par le monde de l'information-documentation s'expliquent certes par les évolutions des techniques, mais également par les perceptions de la valeur des choses par les différents acteurs socio-économiques : usagers, citoyens, organisations. Retour sur cette notion fondamentale de valeur.

De l'industrie de l'information à la net-économie : une affaire de « valeur »

La valeur est la perception et le jugement qu'un acteur donné a en tête au moment d'un choix à faire (achat, investissement, etc.). Elle le conduit à décider d'acheter ou non, ou encore de préférer telle solution à telle autre. La valeur, construction mentale de l'acteur-décideur, est contextuelle, conjecturale (spéculation sur les avantages et les inconvénients) et surtout subjective (propre à l'acteur sujet décideur). Cette valeur « décisionnelle » est une mise en relation entre un certain nombre d'avantages (services rendus, impacts espérés, etc.) et des efforts à faire, de l'argent ou du temps à dépenser.

La valeur de l'information dépend de son usage

En info-doc, la valeur n'est pas aussi simple à appréhender que dans le cas des produits industriels ou des biens de consommation classiques. Ni produit, ni objet, l'information est une fugacité ou virtualité, une subjectivité aussi (un regard porté sur le monde). Cette information n'a de sens et de valeur que s'il existe un projet de son usage (les millions d'enregistrements numériques de l'état-civil n'ont d'intérêt et de valeur que si je suis en quête généalogique d'un ancêtre lointain précis). Mais, paradoxalement, l'information « ne s'use pas si l'on s'en sert » et reste inépuisable : c'est une potentialité, mais pas une réalité objectale.

L'information n'a toutefois d'impact social que si elle est énoncée et partagée, d'où la nécessité de

vecteurs de transmission pour permettre le partage de cette information-regard, autant de matérialités objectives qui enseignent (sens du mot latin *docere*) ou renseignent : pierres tombales, manuscrits, livres, journaux, DVD, espaces serveurs, bandes passantes, etc. Toutes ces matérialités documentaires ont en commun d'être des « objets » à produire, mettre en place et gérer et se caractérisent par un coût de production et de mise à disposition.

L'information, appréciée comme valeur d'usage, relève difficilement des mécanismes économiques classiques. Un avis donné à la sauvette par un blogueur représente un niveau de coût de production quasiment nul alors que sa valeur sociale conjecturale peut être extrêmement importante. Inversement, l'observation scientifique de constellations lointaines est d'un niveau de coût exorbitant alors que, pour une très large majorité de personnes, elle ne présente strictement aucun intérêt et a donc une valeur proche du zéro absolu. D'où l'impossibilité de définir *stricto sensu* une économie de l'information.

Le document, synthèse des productions et matérialités qui rend possible le transfert des informations s'inscrit, lui, dans une logique économique classique de production et de marché. Il faut produire et diffuser des revues, gérer des sites web, stocker des données, échanger tout cela sur des marchés spécifiques... Le coût de cette production est tangible, dépend des conditions sociotechniques du lieu et du moment et est soumis à la loi de la concurrence entre solutions alternatives.

La valeur en info-doc naît bien de la confrontation entre, d'un côté, les perspectives d'usage de l'information (avec une valorisation pouvant varier de zéro à l'infini) et, d'autre part, les coûts de production et diffusion des supports documentaires socialisant cette information (avec des estimations tangibles, généralement non nulles).

Précisons que cette valeur, en théorie applicable à un « consommateur » final (mais l'information se consomme-t-elle ou se consume-t-elle vraiment ?), est plus difficilement concevable pour un

**LA QUESTION DE L'ACCÈS INTELLIGENT
ET EFFICACE À L'INFORMATION
RESTE POSÉE, ESSENTIELLEMENT
EN TERME DE VALEUR**

intermédiaire professionnel – documentaliste – qui ne fait pas directement usage de l'information mais supporte directement les coûts d'acquisition.

La naissance d'une industrie de l'information

Dans les années 1980 à 2000 s'est développée une « industrie de l'information ». Producteurs-diffuseurs de bases de données et centres serveurs sont devenus des incontournables de la documentation moderne. Les structures documentaires ont modifié en profondeur leurs pratiques et ont dû prendre des abonnements à des centres serveurs et payer pour un accès *on line* à l'information. Cela s'est fait sur la base de tarifs imposés ne s'appuyant ni sur des coûts de production sérieusement établis, ni sur une valeur d'usage tangible. Les clients consistant uniquement en intermédiaires incapables d'évaluer l'usage effectif de leur achat, on peut parler à cet égard de tarifs relevant d'un « consentement à payer » propre aux biens culturels. Paradoxalement et en parallèle à cette pratique d'acquisition sur abonnement, les documentalistes ont été fortement sollicités pour alimenter les nouveaux réservoirs des producteurs sans d'ailleurs être rémunérés pour cela.

En terme d'analyse de la valeur, cette industrie de l'information apportait certes à l'époque un service nouveau de mise à disposition de l'information mais, en comparant avec ce qui est offert aujourd'hui sur la Toile, ce n'était qu'une bien maigre valeur d'usage : pas d'accès à des contenus riches (*full text*), pas de mise en relation des informations (*hypertexte*), pas de multimédia, peu de services « plus » (*forum*, etc.).

La rupture avec les modèles classiques d'accès à l'information

Au début des années quatre-vingt-dix, les premiers signes avant-coureurs d'une nouvelle perspective d'accès généralisé, libre et mondialisé à l'information commencent à apparaître (réseaux scientifiques EARN, premiers accès Internet). Le nouvel accès non centralisé et gratuit à l'information est considéré par les acteurs en place comme une utopie, voire une hérésie. On affiche sereinement sa croyance en un développement toujours plus radieux de l'industrie de l'information, alors que les couloirs bruissent de nouvelles inquiétantes sur la déconstruction inéluctable du modèle en place, sur la disparition évidente des documentalistes et sur une nouvelle donne économique pour l'accès à l'information.

Du point de vue de la valeur, il est évident que s'est produite, avec Internet et le numérique, une rupture irrémédiable dans les perceptions de la valeur. L'information devient surabondante alors que l'économie de sa matérialisation numérique se traduit par des coûts marginaux de production quasiment nuls. D'où l'émergence d'un débat nouveau sur la question de la tarification (et/ou de la gratuité) de l'information.

Nombre d'industriels de l'information des années 80-90 ont aujourd'hui disparu et nombre de bases de données mutualisées sont tombées dans les oubliettes de l'histoire de la documentation. Mais la question de l'accès intelligent, efficace à l'information reste posée ; elle le reste non pas en termes d'outil mais essentiellement en terme de valeur.

Aujourd'hui, la valeur ne se situe plus dans la seule modalité d'accès à une information universellement et abondamment accessible. La valeur n'est plus une affaire de rareté – qu'elle soit réelle ou imposée par un monopole. La valeur doit se développer dans d'autres dimensions : richesse des contenus, synthèse et gestion de la connaissance, regard critique sur les sources, éditorialisation intelligente de ce qui est diffusé (*docu-journalisme*), interfaces de consultation plus intuitives et immédiates, dynamisation informationnelle (*information en mouvement, en débat*), implication directe et généralisée de multiples acteurs (*information systémique*), personnalisation des usages, intégration dans les projets personnels ou collectifs, géolocalisation et territorialisation de l'information, accompagnement des acteurs pour le développement de la compétence informationnelle, etc.

Par ailleurs, et encore plus que par le passé, la valeur en *info-doc* passe par de substantielles avancées dans le recours à des solutions dont les coûts de production devront être très maîtrisés. La décision de l'acteur-décideur de recourir à ces solutions dépend, bien sûr, des services « plus » qu'elles peuvent lui fournir, mais aussi et de plus en plus de la perception qu'il a de l'écart entre le prix de marché imposé et l'estimation connue des coûts réels de production. L'expropriation pour cause d'utilité publique fonctionne bien dans divers domaines de la vie socio-économique, pourquoi pas en *info-doc* si cela s'avérait nécessaire ? »

La valeur des services documentaires en prise avec le numérique

GHISLAINE CHARTRON

Conservatoire national des arts et métiers
ghislaine.chartron@cnam.fr

Ghislaine Chartron est professeur titulaire de la chaire d'ingénierie documentaire au Conservatoire national des arts et métiers (Cnam). Elle dirige l'Institut national des sciences et techniques de la documentation depuis 2006, elle est membre de l'équipe de recherche Dicen-Cnam. Elle a auparavant été professeur à l'INRP (IFé)-Lyon, en charge de la cellule Veille, et coresponsable de l'Urfist-Paris. Son champ principal d'investigation concerne la documentation et l'édition scientifique numérique, elle publie régulièrement dans ce domaine, <http://dicen.cnam.fr/enseignants-chercheurs/>

Vouloir souligner l'importance du numérique dans l'exercice des métiers de l'information, bibliothécaire, documentaliste ou archiviste, est certainement une évidence... Les contenus circulent massivement sous forme numérique, les procédures et les modes de valorisation ont évolué en parallèle pour répondre aux besoins et à la qualité de services attendue. L'objectif de ce texte est surtout d'insister sur le caractère très évolutif des technologies mobilisées et de pointer certains enjeux actuels bousculant les organisations de travail en place : quel périmètre doit-on considérer aujourd'hui pour certains services ? Pourquoi le nouvel enjeu de l'ouverture des données ? La place du numérique dans les formations ? Mais l'objectif majeur reste de veiller à la qualité des services, des contenus, des pratiques informationnelles et d'intégrer les innovations numériques porteuses d'enrichissements et de sens...

Cycle de vie numérique et évolutivité du web

De sa production à sa lecture, le document est aujourd'hui en prise avec des technologies numériques. Un enjeu majeur des dernières années fut certainement la question des formats à partager pour permettre le développement d'un « écosystème », d'un marché permettant la rencontre d'une offre et d'une demande, le développement de services performants entre les auteurs, les éditeurs, les intermédiaires et les usagers. Nous rappelons dans le tableau en page suivante

quelques technologies accompagnant désormais le cycle de vie des documents.

Mais l'ensemble du cycle de vie est confronté à une très grande évolutivité et il en résulte, de toute évidence, une instabilité des services, des procédures et des organisations de travail. L'histoire des services est intrinsèquement liée aux différentes générations de technologies qui ont permis leur développement.

Le web 1.0, développé au tout début des années 1990 par Tim Berners-Lee au CERN, est celui de l'hypertexte mondial en réseau, avec une logique diffusionniste sur de multiples serveurs : l'utilisateur accède de façon inédite à une profusion de contenus auto-diffusés sans interagir directement. Les bibliothèques vont s'enrichir de sites web donnant accès à une diversité de ressources et penser au mieux leur portail d'accès selon les besoins et les technologies disponibles.

À partir des années 2000, le web 2.0 va introduire des technologies permettant l'interaction des internautes entre eux ; les services blogs, wikis, tags, réseaux sociaux, se multiplient. C'est le web qualifié de « web social » où la légitimité se redistribue et se partage avec les internautes. L'horizontalité du web est introduite et compose désormais avec la logique descendante. Certaines bibliothèques ont choisi d'intégrer ce type de technologies qui viennent compléter l'offre de services existante : Opacs intégrant les commentaires d'utilisateurs, développement de services Netvibes rapprochant des sources de l'édition traditionnelle avec des sources d'inter-

EXEMPLES DE TECHNOLOGIES ASSOCIÉES AU CYCLE DE VIE DU DOCUMENT NUMÉRIQUE		
Phase du cycle de vie	Technologies numériques	Fonctionnalités
Production	<ul style="list-style-type: none"> • DTD XML spécifiques • Format du livre numérique : Epub • Techniques de numérisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Documents structurés : performance ultérieure des traitements • Affichage multisupport • Automatisation de l'encodage numérique
Identification, description	<ul style="list-style-type: none"> • Identifiurs uniques (DOI, URI...) • Métadonnées structurées • Tags 	<ul style="list-style-type: none"> • Unicité d'identification • Qualité des accès et des exploitations, des liens • Enrichissement social
Diffusion, recherche	<ul style="list-style-type: none"> • Technologies de portails dont les protocoles de dialogue (OAI-PHMH, SRU, connecteurs) • Technologies web 2.0 : Netvibes, blogs... 	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche fédérée, outils de découverte • Services d'actualités, services interactifs
Usages	Format COUNTER	Mesure quantitative des usages des ressources numériques
Communication	Technologies de réseaux sociaux	Animation d'une communauté
Archivage	Modèle conceptuel (OAIS)	Pérennité d'accès

nautes (blogs)¹, présence de la bibliothèque sur les réseaux sociaux de leurs usagers de type Facebook...

L'horizon se déplace aujourd'hui vers d'autres technologies prometteuses : le web sémantique et le « *linked data* », l'informatique dans les nuages, l'universalité (indépendance à tout système d'exploitation, à tout matériel, fabricant, marque, logiciel, ou *plugin*...). Le terme web 3.0 voudrait couvrir toutes ces nouvelles ambitions, son identité est encore diffuse. Les enjeux du web sémantique dominent toutefois avec le mouvement de l'ouverture des données dans des formats ré-exploitable qui devraient permettre une interaction accrue entre les données pour élaborer de nouvelles connaissances, concevoir des services innovants par l'agrégation de données. Nous reviendrons en détail sur cet enjeu dans la suite de l'article.

Pour souligner l'évolutivité des technologies web et son impact sur les services d'une bibliothèque, nous

prendrons encore trois exemples : le catalogage, l'accès à l'information et l'architecture technique de support.

Le catalogage des ressources documentaires

Le catalogage des ressources documentaires est confronté désormais aux nouvelles modélisations de données pour intégrer le web sémantique et s'agréger avec d'autres données. RDA (*Resource Description and Access*) est un nouveau cadre pour la description et l'accès aux ressources, au cœur des discussions des réseaux de catalogage. RDA repose sur les modèles conceptuels FRBR (*Functional Requirements for Bibliographic Records*) et FRAD (*Functional Requirements for Authority Data*) et s'appuie sur le formalisme informatique entités-attributs-relations. Le code associé décrit ainsi les entités dans les deux modèles, les attributs qui permettent de les caractériser et les relations établies entre ces entités. L'organisation de l'information bibliographique selon les entités du modèle FRBR permet de regrouper les informations relatives à une même

œuvre (par exemple, les traductions, les révisions, les adaptations...). Cette modélisation est en phase avec les formalismes du web sémantique et avec des outils de recherche plus diversifiés que ceux dédiés exclusivement aux bibliothèques². L'ouverture, l'interopérabilité avec les outils du web sont les enjeux majeurs. Les États-Unis, l'Australie, le Canada, le Royaume-Uni et l'Allemagne ont décidé d'adopter RDA en 2013. La France a, pour le moment, mis en place un groupe stratégique chargé d'orienter les futures décisions³.

L'accès à l'information

Concernant l'accès à l'information, la recherche est confrontée aujourd'hui à des ressources de plus en plus nombreuses et hétérogènes. Les techniques d'interopérabilité visent à gérer cette diversité, à masquer la complexité des stratégies d'interrogation pour présenter des réponses unifiées. La figure 1 empruntée à Philippe Bourdenet illustre cette diversité des ressources et des protocoles qui peuvent être sollicités, c'est une accumulation de standards et de structurations sémantiques différentes au fil des strates du web.

Le rôle du professionnel de l'information est alors de rendre possible cette interopérabilité avec une description sémantique commune (penser les correspondances), d'implémenter ces descriptions dans un langage structuré compréhensible par les machines et de faire dialoguer ces ressources par des protocoles partagés. Le cahier des charges et le travail sémantique sont des tâches centrales, la mise en œuvre se fait avec les équipes informatiques. Le SID (Système d'information documentaire) est le dispositif global rassemblant des ressources hétérogènes et dont le catalogue en ligne du système de gestion de bibliothèque (SGB) n'est qu'un composant.

1. Muriel Amar et Véronique Mesguich, *Le Web 2.0 en bibliothèques : quels services ? Quels usages ?*, Paris, Éditions du Cercle de la Librairie, 2009.

2. Philippe Bourdenet, « Le catalogue à l'épreuve du web : une mise en perspective historique », *Isko-France*, Lille 3, 27-28 juin 2011, Hermès, 2012, p. 119-130.

3. www.bnf.fr/fr/professionnels/rda

L'architecture technique de support

Nous prendrons un troisième exemple pour souligner l'instabilité des technologies avec l'architecture technique de support. Le passé est jalonné d'étapes : banque de données sur serveurs distants, réseau local de cédéroms, serveur web local, hébergé... Aujourd'hui, les questions se focalisent sur le *cloud computing* (informatique dans les nuages) à différents niveaux : pour les données, pour les applications et pour l'archivage.

L'informatique dans les nuages désigne une architecture technique où les applications informatiques d'une entreprise sont transférées à un fournisseur de services sur internet. Ce transfert concerne les serveurs, les systèmes mais aussi les applications. Le prestataire garantit une qualité de service souvent inégalée en interne, notamment au niveau de la continuité du service, de la performance, du suivi de l'évolution technologique et de la sécurité.

Le *cloud computing* est déjà inscrit dans certains de nos usages quotidiens : nous utilisons la suite bureautique de Google, les réseaux sociaux comme Facebook, les services de stockage de fichiers comme Dropbox... La légèreté des solutions techniques, externalisant toute maintenance et permettant un accès distant n'importe où, n'importe quand, est plébiscitée. Elle permet de se consacrer à l'activité principale et à l'innovation, et moins à la gestion. Les risques évoqués sont par contre la confidentialité des données, la perte de contrôle, la dépendance à l'hébergeur.

Pour les bibliothèques, le rapport OCLC⁴ insistait en 2010 sur trois dimensions concernant les avantages du *cloud computing* : l'efficacité technologique, la gestion optimisée des données, le développement de la force d'action commune des bibliothèques :

« Parmi les avantages du *cloud computing* pour les bibliothèques :

4. Matt Goldner, *Winds of Change: Libraries ans Cloud Computing*, OCLC report, 2010, www.oclc.org/multimedia/2011/files/IFLA-winds-of-change-paper.pdf

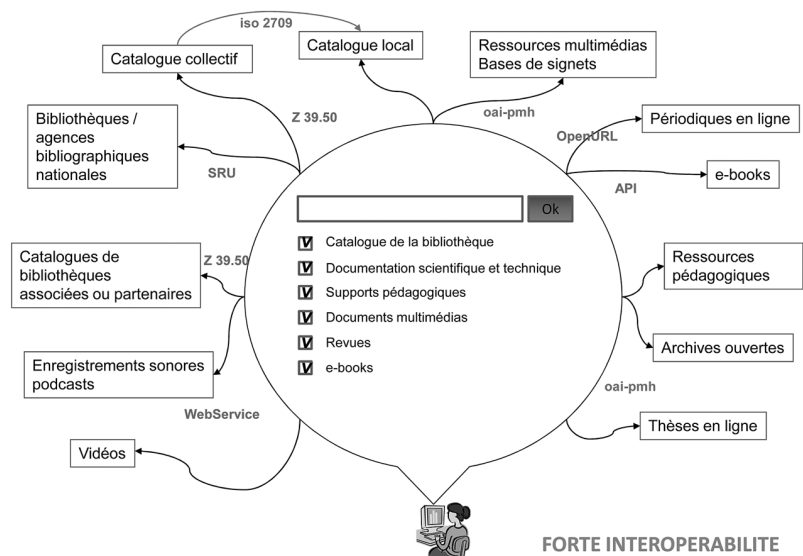


Figure 1 Diversité de l'interopérabilité

(source : Philippe Bourdenet, *Stratégies pour la construction de plateformes interopérables*, journée d'étude 2011 de la Fulbi, www.fulbi.fr/?q=content/2011)

- Bénéficier rapidement des technologies innovantes pour participer pleinement au web de contenus
- Améliorer la visibilité et l'accessibilité des collections
- Réduire la duplication des efforts pour les services techniques et le management des collections
- Rationaliser les flux, bénéficier de la coopération du réseau
- Développement de l'intelligence coopérative, niveaux de service améliorés par l'agrégation à grande échelle des données
- Rendre les bibliothèques plus "vertes" en partageant leurs moyens de calcul, réduisant ainsi l'empreinte carbone.»

Cette orientation vise à libérer les bibliothèques de la gestion technique locale pour les repositionner sur la conception de services, le développement de leurs contenus. Elle vise aussi à optimiser leur visibilité globale sur le web en concentrant leurs données sur un point d'entrée unique et à susciter une émulation commune de développement de services.

Dans cette logique, OCLC a initié de nouveaux services pour ses membres, « *OCLC WorldShare Management Services* » plus large que le catalogue partagé qui fonda sa première

activité ; l'offre veut proposer des services de gestion et d'analyse qui permettent de créer collectivement une valeur ajoutée globale, associée aux ressources partagées⁵.

De façon convergente, au niveau national, l'Abes réfléchit au développement d'un système de gestion de bibliothèque mutualisé entre établissements qui mettrait en commun les données de toutes les bibliothèques et de leurs fournisseurs⁶.

La question du périmètre : local, national, international ?

La question du périmètre est donc posée, l'évolutivité des technologies remet en question les modes d'organisation du travail, les procédures, les affectations de moyens, les répartitions entre internalisation et externalisation, la qualité des services rendus, les partenariats à privilégier... L'efficacité à trouver est un équilibre souvent péril-

5. www.oclc.org/webscale/origins.htm

6. [Ndlr] Voir, dans ce numéro, l'article de Jean Bernon, « Le projet de système de gestion de bibliothèque mutualisé de l'Abes », p. 61-65.

leux entre les budgets, les mutualisations possibles, les savoir-faire des équipes, la satisfaction des usagers et les contraintes locales.

L'évolution technologique induit à la fois la recherche d'économie d'échelle, la recherche de nouveaux partenariats et l'émergence de nouvelles fonctions locales. La question est donc de savoir quelle sera la redistribution des fonctions et des tâches des bibliothèques entre les niveaux local, national et international dans un contexte où les modes de financement évoluent également.

L'exemple des acquisitions est emblématique : consortiums, licences nationales. Dans le contexte français, émerge également le projet d'un portail commun national pour l'accès aux collections achetées dans le cadre du projet Istex⁷ (« l'excellence documentaire pour tous ») dont le financement est rattaché aux « investissements d'avenir » choisis par le gouvernement.

Pour les systèmes de gestion de bibliothèque, les gestionnaires de ressources numériques (ERM) se posent aussi la question du local ou du national. Les architectures de type *cloud computing* permettraient d'optimiser l'investissement et la gestion avec des technologies plus ouvertes que les solutions locales majoritairement propriétaires et captives des fournisseurs. Si certaines données sont exclusivement locales (les prêts, les données usagers), d'autres sont déjà mutualisées au niveau national (catalogage avec le Sudoc), et les bases de connaissances liées à la gestion des collections numériques sont de plus en plus produites au niveau international avec les fournisseurs de contenus (versement des métadonnées des éditeurs et des diffuseurs par exemple). Que restera-t-il au catalogage local dans un avenir qui sera de plus en plus en réseau entre tous les partenaires ?

Parallèlement, la valorisation de la production locale croît dans la mesure où l'auto-édition et l'auto-diffusion sont possibles sur le web et dans la mesure où la visibilité des « territoires » devient stratégique. Ces bases locales concernent les archives

ouvertes, les ressources pédagogiques locales, les collections patrimoniales numérisées... Elles doivent s'intégrer dans un environnement plus large (portail national comme Gallica, portail international comme Europeana), nécessitant des échanges nombreux, selon des formats partagés au plus haut niveau.

L'ouverture des données des bibliothèques

L'ouverture des données publiques est un nouveau défi généralisé qui trouve en grande partie son fondement dans le paradigme de l'innovation ouverte, telle que définie par l'économiste Chesbrough (2003)⁸ : les idées, les nouveaux savoir-faire sont en partie externes à toute organisation. Pour innover, il faut étendre le périmètre des organisations, intégrer des savoirs externes dans un contexte d'accélération, de spécialisations, de mobilité des compétences et avec l'objectif d'une augmentation du niveau général de connaissances, et de croissance des activités économiques... L'*open data* est un enjeu politique qui irrigue l'ensemble des secteurs et dont les bibliothèques sont également en train de se saisir pour s'associer à l'investissement dans ces nouveaux régimes de croissance.

L'accélération est appuyée par la directive européenne⁹ de 2003 concernant la réutilisation des informations du secteur public dans le cadre de la « société de l'information et de la connaissance », les enjeux majeurs étant à la fois l'égalité d'accès pour les citoyens et le potentiel économique associé à leur réutilisation dans divers domaines : le tourisme, l'environnement, les transports... L'objectif est alors en grande partie l'intégration de la bibliothèque dans son territoire. L'ouverture de ses données peut concerner à la fois la cartographie documentaire, les acquisitions,

les collections, les inscriptions et les prêts, en respectant la protection des données personnelles. Ces données peuvent être agrégées à d'autres pour proposer des services innovants. Imaginons effectivement que la localisation des ouvrages détenus par les bibliothèques publiques d'un territoire puisse être intégrée à des dossiers touristiques locaux, aux activités d'une plateforme associative de cours en ligne, aux intranets des entreprises...

La Bibliothèque nationale de France a ouvert les 12 millions de notices stockées dans ses différents catalogues, « Nous voulons donc que les ressources de la BnF soient aussi visibles sur le web que la bibliothèque dans la ville¹⁰. » L'engagement vers le web sémantique est affirmé¹¹. La Bibliothèque nationale et universitaire de Strasbourg fait aussi partie des pionnières, s'engageant davantage encore : son conseil d'administration a décidé en janvier 2012 de placer toutes ses productions numérisées¹² sous la *Licence ouverte/open licence* d'Étalab¹³ : les données bibliographiques mais aussi les fichiers numériques issus de la numérisation d'œuvres du domaine public conservées dans ses collections. Certaines collectivités sont particulièrement dynamiques, comme le conseil général de Saône-et-Loire sous l'impulsion particulière de son directeur¹⁴.

Le mouvement est à son début et il est prématuré aujourd'hui de faire un bilan entre le supplément de dépenses engagées et le bienfait sociétal ou le potentiel économique. Le développement du web sémantique est, en tout cas, pensé comme un moteur d'innovation dans les services et un accélérateur de synergie entre des acteurs pu-

10. <http://data.bnf.fr/docs/databnf-presentation.pdf> et « Web sémantique et modèle de données », in : site web de data.bnf.fr, 2011, <http://data.bnf.fr/semanticweb>

11. M. Barre, « L'ouverture des données publiques à la BnF à travers l'exemple de data.bnf.fr », *Cahiers du numérique*, à paraître, Lavoisier, 2012.

12. www.bnu.fr/collections/la-bibliotheque-numerique/les-images-de-la-bnu-et-la-licence-ouverte

13. <http://ddata.over-blog.com/xxxxxx/4/37/99/26/licence/Licence-Ouverte-Open-Licence.pdf>

14. www.opendata71.fr

7. www.istex.fr

8. Henry W. Chesbrough, *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*, Boston, Harvard Business School Press, 2003.

9. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003L0098:FR:HTML>

blics et privés. Pour les bibliothèques, OCLC donne déjà une première liste intéressante d'applications innovantes créées avec les données ouvertes des catalogues¹⁵.

Compétences pour le numérique

Les services proches des usagers (accès à l'information, conseils, prêts) comme les services proches de la gestion (*back office* des bibliothèques) croisent pleinement les transformations numériques : le comportement des usagers change avec le web, et l'efficacité de la gestion passe par des solutions technologiques nouvelles. Le médiateur du document doit être familier avec la technique de son domaine pour conduire des choix pertinents et savoir dialoguer avec ses partenaires. L'enjeu est d'acquiescer des compétences numériques pour penser les services, programmer les cahiers des charges, négocier avec ses partenaires internes et externes. L'objectif n'est pas d'être développeur informatique (d'ailleurs, la majorité des entreprises aujourd'hui externalise de nombreux développements qui nécessitent une spécialisation de plus en plus pointue et évolutive) mais d'être le représentant des besoins et l'ingénieur compétent des services d'information numérique en charge de la gestion de projets diversifiés.

Le virage est pris dans de nombreuses institutions de formation, mettant en perspective le statut de l'information dans la société du XXI^e siècle. Un mouvement emblématique est celui de la reconfiguration initiée par les *i-schools* nord-américaines¹⁶ qui fondent leur cursus sur les interactions entre information, technologie et humain. L'objectif structurant est simple : garantir efficacement aux usagers l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions et faire avancer au mieux leurs

objectifs personnels et professionnels. Les compétences numériques sont renforcées mais toujours en équilibre avec les compétences liées aux sciences sociales pour la compréhension des interactions, des comportements et des besoins.

Un second point important à souligner concerne l'intrication renforcée entre la gestion de l'information et les autres activités d'une organisation aujourd'hui. L'information irrigue toutes les activités et accompagne leur développement, elle est centrale et justifie sa valeur ajoutée par une interaction permanente avec les autres services. Le « retour sur investissement » des moyens affectés s'observe en partie par les effets de cette interaction. Ainsi, pour une université, le renforcement du lien de la bibliothèque avec l'enseignement et avec la recherche (innovation) construit sa valeur ajoutée majeure. Pour une entreprise, le lien entre la gestion de l'information et l'innovation, la qualité de la production et la gestion des risques devient prioritaire. La gestion de l'information s'inscrit plus que jamais dans l'accomplissement des objectifs principaux de l'organisation. Pour une bibliothèque universitaire, le contexte numérique lui donne des opportunités inédites de penser avec les enseignants d'autres façons de transmettre des savoirs. La mise à disposition individualisée de lectures et de corpus de plus en plus riches permet de considérer le cours présentiel comme un espace de débat et de construction du raisonnement. Augmenter la qualité de la formation et l'adéquation à un public qui ne se satisfait plus uniquement d'une posture passive de réception sont des enjeux majeurs dans le contexte éducatif du XXI^e siècle.

En conclusion

L'objectif n'était pas d'encenser le numérique mais de montrer qu'il est, de toute évidence, devenu indispensable à la réalisation des missions de médiation documentaire dans tous les contextes. La compétence numérique doit être développée et régulièrement actualisée afin de remplir les missions fondatrices d'accompagnement pour

l'acquisition des connaissances et de répondre à des besoins d'informations variés avec une exigence de qualité et de diversité.

Le numérique nous appelle aussi à rester vigilants sur les transformations qu'il induit : favorise-t-il l'interdisciplinarité tant prônée aujourd'hui dans nos institutions¹⁷ ? Peut-il apporter une contribution significative à la qualité des processus d'expertise¹⁸ ? Au contraire, peut-il conduire également à des logiques de réduction, à des espaces appauvris pour les lecteurs... et si le mur Facebook devenait le principal prescripteur de lecture ?

Séparer le bon grain de l'ivraie... Le bibliothécaire, comme tous les autres professionnels de l'information, doit rester un éclaireur et un conseiller averti sur le chemin de l'acquisition des connaissances. ●

Septembre 2012

15. www.oclc.org/developer/applications

16. Myriam Hérigault, Massinissa Nait Mouloud et Kristell Roser, *Les i-schools d'Amérique du Nord*, janvier 2012. http://intd.cnam.fr/medias/fichier/les-ischools-en-amerique-du-nord_1338302039920.pdf

17. Hans Dillaerts, « Libre accès », « Accès sans barrière », vecteur de la créativité, de la pluridisciplinarité et de l'interdisciplinarité, conférence « Open access, services, interdisciplinarité et expertise » (Oasie), Cnam, 28 mars 2012, http://dicen.cnam.fr/medias/fichier/cnam-iscc-dillaerts_1334131676530.pdf

18. Emma Bester, « Les services pour les archives ouvertes : de la référence à l'expertise », *Documentaliste - Sciences de l'information*, 2010, vol. 47, n° 4, p. 4-15.