

Emploi



"Ma mission : lutter en faveur du développement de la stratégie et de la communication des services info-documentaires !"

Entretien avec Marie-Madeleine Salmon, membre du CA de l'ADBS

À l'occasion de son entrée au conseil d'administration de l'ADBS, nous avons proposé à Marie-Madeleine Salmon de présenter ici sa vision du métier. Responsable de la documentation au sein du groupe Publicis, Marie-Madeleine Salmon se consacre plus particulièrement à la stratégie et à la communication adaptées à l'information-documentation.

Pour quelles raisons la communication vous semble-t-elle si importante dans le monde actuel ?

Pour être crédible aujourd'hui, la communication des services documentaires auprès des services internes dans un organisme public ou privé s'impose : rassurer, faire connaître, promouvoir. Les services de documentation, les intranets et les bibliothèques doivent absolument s'y engager dans la société actuelle.

Quels en sont les objectifs ?

Celui de se faire vraiment connaître, afin de répondre aux attentes d'information des utilisateurs, mais aussi des non-utilisateurs, et de les rassurer : il existe un vrai partenariat avec les documentalistes. Pour cela, nous ne pouvons compter que sur nous : aux professionnels eux-mêmes de le dire et de le démontrer.

Même si beaucoup de documentalistes s'affirment avec un parti pris appuyé sur la qualité de l'information et des services offerts, et même si des tendances variées coexistent dans le métier de documentaliste, le sérieux professionnel est le point commun qui domine les prestations et il faut le dire en communiquant, en démontrant, en attirant : « Il y a une vie sans Google pour l'utilisateur: voyez avec une documentaliste ! »

Pensez-vous que les utilisateurs y seront sensibles ?

« La star doit être notre utilisateur ! ». La documentation, c'est une forme d'accompagnement personnalisé des gens au travail, via des services très au point toujours reliés au contexte de l'entreprise ou de l'organisme, loin des icônes habituelles du métier.

À votre avis, comment faut-il communiquer ?

En valorisant les services rendus, avec audace et dans une démarche d'innovation. C'est une formidable opportunité pour les documentalistes, cette rencontre entre l'utilisateur et les services qu'un professionnel de l'information peut lui proposer.

Une documentaliste devrait être populaire dans son organisme ! Les gens devraient être demandeurs tant cela rend service ! En effet, les prestations documentaires (si elles sont bien positionnées, bien organisées et de valeur) permettent de gagner tellement de temps que tout le monde devrait en profiter ; les services de documentation sont le socle de la bonne information, celle qui est fiable et qui permet de gagner du temps. En vérité, les professionnels de l'information devraient être submergés et bénéficier d'un recrutement en hausse !

Pourtant, aujourd'hui, ce n'est pas vraiment le cas, c'est paradoxal...

Oui, parce que nos utilisateurs et dirigeants sont ambivalents. La mythologie - leur représentation plutôt négative - de notre métier est tellement forte chez eux qu'à mon sens, ils n'y croient pas ; ils se bercent d'illusions en cherchant tout seuls l'information dont ils ont besoin et, pour certains, en croyant bien le faire. C'est à nous de démontrer notre valeur mais avec une vraie stratégie volontaire et des actions de communication calculées...

Pour éviter que la transaction et la délégation de recherche n'échouent, la communication est essentielle, aussi bien la communication interpersonnelle que les techniques de communication via un plan voulu et volontaire et battant - j'allais dire « combattant » !

Concrètement, quelles actions faut-il mettre en œuvre ?

Avoir un discours nouveau, rénové, étonner, rassurer... La communication doit servir à aller au-delà des basiques habituels du métier, c'est-à-dire au-delà des grandes étapes de la gestion du document : acquisition de documents de tous types et tous formats, traitement physique (rangement, protection, archivage des documents), production d'outils documentaires (bulletins, veilles, revues de presse, services à la demande) et diffusion. Tout cela n'intéresse pas l'utilisateur. Il faut montrer la valeur ajoutée, le temps gagné, le bénéfice que l'utilisateur obtiendra de l'utilisation de ces aides.

La communication est « impactante » et des visuels et des actions fortes et simples sont nécessaires afin de ne pas passer inaperçu ni en « faire trop » et ce, régulièrement. Spécialistes de l'information, les documentalistes devraient entretenir l'image de leurs services en adoptant une posture audacieuse. L'idée est d'avoir un discours d'expert très direct sur un sujet précis pour prouver les différences et montrer l'intérêt et l'apport vis-à-vis de la firme qui emploie et finance.

Vous parlez de recrutement. Que dire aux jeunes ?

L'intérêt du métier aujourd'hui, c'est l'équilibre qui existe entre la partie technique et la partie humaine, la partie communicante. C'est ce qu'il faut dire aux jeunes qui s'engagent dans cette profession, souvent par hasard, rarement par volonté.

Les rassurer quand à la légitimité et l'importance de ce métier, mais aussi les entraîner à l'initiative permanente, les entraîner à une posture professionnelle, à être sur la brèche, les sensibiliser également - parce que ce qui se passe au-delà de nos frontières est passionnant - à l'enjeu de penser plus international, plus large : voilà notre responsabilité aujourd'hui !

Rédigé par ADBS

Publication le 10 février 2012

URL : <https://www.adbs.fr/groupe/adbs-site-internet/portrait-de-benevole-marie-287314>