



**HAL**  
open science

**La valorisation d'un service information-documentation :  
d'une solution technique à une stratégie marketing. Le  
cas du centre de ressources Politique de la ville  
Profession Banlieue**

Marianne Petit

► **To cite this version:**

Marianne Petit. La valorisation d'un service information-documentation : d'une solution technique à une stratégie marketing. Le cas du centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue. domain\_shs.info.docu. 2012. mem\_00803616

**HAL Id: mem\_00803616**

**[https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem\\_00803616v1](https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_00803616v1)**

Submitted on 22 Mar 2013

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS

École Management et Société

Département Culture Information Technique et Société (CITS)

INTD

MÉMOIRE pour obtenir le

Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD

RNCP niveau I

Présenté et soutenu par

*Marianne PETIT*

Le 5 décembre 2012

La valorisation d'un service information-documentation :  
d'une solution technique à une stratégie marketing

Le cas du centre de ressources Politique de la ville  
Profession Banlieue

Jury :

Nadia RAÏS, INTD

Elsa MICOURAUD, chargée de la documentation et de la gestion de l'information à Profession Banlieue

**Promotion 42**

# Remerciements

Je tiens à remercier tout particulièrement Elsa Micouraud, ma responsable de stage, pour sa bonne humeur communicative, sa patience et sa confiance.

Je tiens également à remercier toute l'équipe de Profession Banlieue qui m'a tellement bien accueillie et en particulier sa directrice Bénédicte Madelin qui m'a fait participer à la vie de l'équipe au même titre que ses membres.

Enfin, tous mes vifs remerciements à ma tutrice Nadia Raïs qui s'est montrée d'une disponibilité exemplaire, d'une écoute totale et qui m'a été d'un grand soutien.

# Notice

PETIT Marianne. La valorisation d'un service information-documentation : d'une solution technique à une stratégie marketing. Le cas du centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue. 2012. 144 p. Mémoire pour le titre professionnel de niveau 1 Chef de projet en ingénierie documentaire, INTD-CNAM, 2012.

Devant la baisse de fréquentation du fonds documentaire de l'association Profession Banlieue, le service information-documentation (info-doc) a décidé de mettre en ligne sa base de données documentaire. Cette solution technique devait valoriser le service par une plus large diffusion de ses références bibliographiques et faire revenir les usagers vers lui. Cependant, cette décision, quoique utile, n'était pas l'aboutissement d'une analyse entreprise dans le cadre d'une méthodologie stratégique et ce faisant, elle ne représentait pas forcément la meilleure solution à la problématique du service info-doc de Profession Banlieue.

Il a donc été décidé parallèlement à la mise en œuvre du projet de portail documentaire de procéder à une analyse du service info-doc en adaptant la méthode du marketing documentaire.

Base de données ; centre de documentation ; enquête ; marketing ; marketing documentaire ; portail documentaire ; qualité ; stratégie ; valorisation

# Table des matières

Remerciements .....	2
Table des matières .....	4
Introduction .....	7
Première partie .....	10
<b>Le projet de mise en ligne de la base de données comme moyen technique de valorisation.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Le contexte de la mission .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Le centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue .....</b>	<b>11</b>
1.1.1. Présentation de Profession Banlieue.....	11
1.1.2. Les objectifs de l'association .....	11
1.1.3. Les activités de l'association.....	12
1.1.4. Les moyens humains de l'association.....	12
<b>1.2. Le service info-doc.....</b>	<b>13</b>
1.2.1. Les objectifs du service info-doc.....	13
1.2.2. La place du service info-doc au sein de la structure.....	13
1.2.3. Les moyens du service info-doc .....	13
1.2.3.1. Les moyens humains .....	13
1.2.3.2. Les moyens matériels.....	13
1.2.3.3. Les moyens financiers.....	14
1.2.4. Les activités du service info-doc.....	14
<b>2. Le projet de mise en ligne de la base de données documentaire : la valorisation du service info-doc.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. L'enjeu du projet .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Les actions préparatoires à la mise en œuvre du projet de la mise en ligne de la base de données.....</b>	<b>15</b>
2.2.1. L'enquête .....	15
2.2.1.1. Le questionnaire.....	15
2.2.1.2. Le dépouillement.....	16
2.2.1.3. La conclusion de l'enquête .....	17
2.2.2. Le cahier des charges fonctionnel et la conception ergonomique du portail et son contenu.....	18
2.2.2.1. Le cahier des charges fonctionnel.....	18
2.2.2.2. La conception de gabarits de pages du portail documentaire et son contenu.....	19
2.2.2.3. Le bilan de l'élaboration du cahier des charges fonctionnel et des pages du portail documentaire (ergonomie et contenu) .....	19
<b>Deuxième partie.....</b>	<b>22</b>
<b>Le choix d'une politique de stratégie documentaire.....</b>	<b>22</b>
<b>1. La stratégie marketing .....</b>	<b>23</b>
1.1. Le marketing transactionnel (basé sur la transaction) .....	23
1.2. Le marketing relationnel .....	24
1.3. Le marketing documentaire .....	25
<b>2. La méthode de la stratégie du marketing documentaire adaptée au service</b>	

<b>d'information de Profession Banlieue .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1. Le diagnostic marketing.....</b>	<b>26</b>
2.1.1. L'analyse interne du service info-doc.....	26
2.1.1.1. Les moyens du service info-doc de Profession Banlieue.....	26
2.1.1.2. L'activité : les offres de service .....	30
2.1.1.3. La gestion : organisation et politique.....	41
2.1.1.4. La synthèse de l'analyse interne du service info-doc de Profession Banlieue.....	42
<b>2.1.2. L'analyse du public .....</b>	<b>47</b>
2.1.2.1. Les critères d'analyse du public.....	47
2.1.2.2. La synthèse de l'analyse des caractéristiques du public du service info-doc de Profession Banlieue.....	57
2.1.2.3. La segmentation du public.....	59
2.1.2.4. Les méthodes d'investigation du public.....	60
2.1.2.5. L'analyse synthétique globale du public du service info-doc de Profession Banlieue .....	61
<b>2.1.3. L'analyse externe.....</b>	<b>65</b>
2.1.3.1. L'analyse des relations dans l'environnement fonctionnel .....	67
2.1.3.2. L'analyse de l'environnement régulateur de Profession Banlieue dont dépend le service info-doc.....	74
2.1.3.3. L'analyse synthétique de l'environnement du service info-doc de Profession Banlieue .....	77
<b>3. Le diagnostic .....</b>	<b>78</b>
<b>3.1. De l'analyse au diagnostic.....</b>	<b>78</b>
3.1.1. La hiérarchisation des rubriques et des analyses.....	78
3.1.1.1. Le diagnostic interne du service info-doc de Profession Banlieue .....	78
3.1.1.2. Le diagnostic du public du service info-doc de Profession Banlieue .....	80
3.1.1.3. Le diagnostic du contexte du service info-doc de Profession Banlieue .....	82
<b>4. La stratégie.....</b>	<b>83</b>
<b>4.1. La mission du service info-doc.....</b>	<b>83</b>
<b>4.2. Les étapes de la construction stratégique .....</b>	<b>83</b>
4.2.1. Le ciblage du public.....	84
4.2.1.1. La nature du public cible.....	84
4.2.1.2. Les objectifs quantitatifs du développement du service d'information .....	84
4.2.1.3. Les critères de choix d'une stratégie du public.....	85
4.2.2. L'offre de services .....	86
4.2.2.1. Le système d'offre .....	86
4.2.2.2. La relation entre l'utilisateur et le professionnel .....	87
4.2.2.3. Le contrat.....	88
4.2.2.4. La communication sur l'offre de service.....	88
4.2.3. Le positionnement du service d'information face aux autres offres existantes.....	88
4.2.3.1. Le positionnement et l'image.....	89
4.2.3.2. La typologie des positionnements.....	89
4.2.3.3. Les critères de choix du positionnement.....	89
4.2.4. Les scénarios.....	89
<b>5. Préconisations et points de vigilance .....</b>	<b>96</b>
<b>5.1. Des préconisations envers les usagers externes.....</b>	<b>96</b>
5.1.1. Les moyens .....	96
5.1.1.1. Les moyens matériels.....	96
5.1.1.2. Les moyens humains .....	97
5.1.2. L'activité : les services aux usagers et les produits documentaires .....	97
5.1.3. La communication sur le service info-doc .....	98
5.1.4. L'obtention d'informations sur les usagers.....	98
<b>5.2. Des préconisations envers les usagers internes.....</b>	<b>99</b>
5.2.1. Les moyens .....	99
5.2.2. L'activité : les services aux usagers et les produits documentaires .....	99

<b>5.3. Les critères d'une enquête complémentaire .....</b>	<b>99</b>
<b>Conclusion .....</b>	<b>101</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>104</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>107</b>

# Introduction



Le service information-documentation (info-doc) de l'association Profession Banlieue a connu une baisse de fréquentation entre 2004 et 2011<sup>1</sup>, ce qui a décidé la chargée du service à trouver une solution pour inverser cette tendance.

Le service info-doc devait être valorisé, et la solution retenue a été de mettre la base de données documentaire en ligne via un portail. Pour cela, l'éditeur du logiciel documentaire Alexandria, utilisé par le service info-doc, a été contacté pour réaliser ce projet.

Il a été convenu de procéder à la migration des données de la base documentaire actuelle, Alexandria 6.3 vers la nouvelle version 7.1 qui permet cette mise en ligne, grâce à un CMS (Content Management System).

Le budget a été arrêté et le projet prêt à être lancé. D'où la mission de stage qui nous a été confiée : rédiger le cahier des charges fonctionnel à soumettre à G.B. Concept, l'éditeur du logiciel documentaire Alexandria.

La mise en ligne de la base de données documentaire représente un moyen technique nécessaire à la large diffusion des références qu'elle contient, mais suffira-t-il à valoriser le service documentaire et à redonner confiance au public de façon à le faire revenir et même à se développer ?

La base de données n'est qu'un produit documentaire d'un service qui compte d'autres produits et services. En conséquence, ne faudrait-il pas également considérer ces produits et ces services, la façon dont ils sont proposés et rendus, leur adéquation avec les besoins du public, l'éventualité de créer de nouveaux produits et services... pour valoriser le fonds documentaire de Profession Banlieue ? Pour cela, il faudrait procéder à une analyse approfondie du service info-doc et de son organisme de tutelle, et élaborer une stratégie documentaire.

Pour mener à bien cette analyse et définir cette stratégie, il a semblé que la démarche marketing serait la méthode la plus appropriée. Une méthode est en effet indispensable pour que l'analyse soit systématique, étant donné le nombre de critères à traiter sous différents angles.

Parmi les différentes formes que recouvre le marketing dans les entreprises, le marketing relationnel, qui met l'accent sur la gestion des relations clients, faisait partie des courants marketing les plus intéressants pour le domaine de l'info-doc, avec le marketing documentaire. Ce dernier est une adaptation du marketing au domaine de l'info-doc menée, entre autres, par les professionnels de l'info-doc Florence Muet et Jean-Michel Salaün depuis quelques années.

Afin d'élaborer la stratégie documentaire la plus adaptée au cas du service d'information du centre de ressources Profession Banlieue, les différentes phases du marketing documentaire ont été reprises telles qu'elles sont décrites par Florence Muet et Jean-Michel Salaün dans leur manuel « Stratégie marketing des services d'information ». [2]

Le déroulement de l'analyse décrite de façon générale a été repris, en y intégrant les données collectées sur le service info-doc de Profession Banlieue et sur l'association elle-même.

Ne disposant ni de toutes les données indispensables ni du temps nécessaire pour les recueillir, l'objectif de ce mémoire est plus de donner une démarche à suivre que des résultats complets. Il représente une étape dans le processus d'élaboration de la stratégie documentaire par Profession Banlieue.

Ce mémoire se veut avant tout la restitution du déroulé d'une réflexion plus pratique que théorique. Afin que cette mission de stage aide au mieux des professionnels de l'info-doc souhaitant valoriser leur service ou des étudiants qui se trouveraient dans le même cas d'école, nous avons souhaité les plonger directement dans une situation concrète. C'est ainsi que la structure de ce mémoire suit les étapes de notre expérience personnelle. En premier lieu, dans la première partie, sont décrits le contexte de la mission (la découverte du service info-doc, de son organisme de tutelle - sa culture, son organisation...), l'enjeu de l'objet de la mission, les actions préparatoires, nécessaires au projet de mise en ligne de la base de données, et enfin la réflexion sur la réalisation de cet enjeu.

Il s'agissait tout d'abord de mettre en œuvre le projet de mise en ligne de la base de données avec toutes les étapes techniques nécessaires (passation d'une enquête auprès des usagers, rédaction d'un cahier des charges fonctionnel et visualisation sur le papier de certaines pages du portail, mise en relation avec l'éditeur du logiciel documentaire choisi, suivi du processus de mise en œuvre, validation des étapes techniques).

---

<sup>1</sup> Les rapports d'activités de Profession Banlieue (de 2005 à 2010) sont accessibles sur la page d'accueil du site de l'association, rubrique Activités, sous-rubrique Archives [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

Comme l'enjeu ne semble pas pouvoir être réalisé avec un simple moyen technique, mais plutôt grâce à une stratégie documentaire, la seconde partie de ce mémoire est consacrée à suivre, étape par étape, la méthode marketing documentaire.

Celle-ci se développe en deux parties : le diagnostic et la stratégie. Le diagnostic ne peut être établi qu'après une série d'analyses du service info-doc et de sa structure de tutelle. La première concerne le service info-doc, la deuxième, son public et la troisième, l'environnement de l'association Profession Banlieue.

Ensuite, est établi le diagnostic, c'est-à-dire que les résultats des analyses doivent être hiérarchisés et synthétisés afin de repérer les éléments déterminants pour les choix futurs, d'élaborer une stratégie.

Finalement, après les trois grandes étapes de la construction de la stratégie (le ciblage du public, la construction de l'offre et le positionnement du service info-doc), les possibilités stratégiques consistent en des scénarios qui proposent différentes combinaisons de trois choix relatifs au public, à l'offre de services et à la position du service info-doc.

## **Première partie**

### **Le projet de mise en ligne de la base de données comme moyen technique de valorisation**

Cette première partie décrit le contexte de la mission de stage, la structure dans laquelle se trouve le service information-documentation (info-doc), le centre de ressources Politique de la ville de Profession Banlieue, l'objectif de ce service, sa place dans l'association, ses moyens et ses offres de services.

L'enjeu de la mission est précisé. Il s'agit de mettre en ligne la base de données documentaire, ce qui devrait valoriser le service info-doc de l'association, que ses usagers délaissent.

La mission débute avec une enquête de satisfaction et en même temps prospective auprès des usagers de ce service, puis continue avec l'élaboration du cahier des charges fonctionnel et la conception de modèles de pages du portail documentaire.

L'analyse des besoins des usagers internes et externes du service info-doc et de ceux de la gestionnaire du service a soulevé des réflexions sur la gestion documentaire du service et sur des changements éventuels.

Malgré l'utilité indéniable d'accéder aux références bibliographiques à distance, il semble que cette solution purement technique pourrait ne pas suffire à faire revenir les usagers du service.

En effet, le service info-doc de Profession Banlieue devrait plutôt chercher la solution de la valorisation dans une stratégie documentaire, élaborée à partir de l'analyse de l'ensemble des éléments concernant le service.

## **1. Le contexte de la mission**

### **1.1. Le centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue**

#### **1.1.1. Présentation de Profession Banlieue**

Profession Banlieue, association loi de 1901, a été créée en novembre 1993, suite aux travaux préparatoires à l'élaboration des contrats de ville de Seine-Saint-Denis du XI<sup>e</sup> plan (1994-1999). Ces études mettaient en évidence le besoin d'un lieu d'échanges, de mise en réseau, de qualification et de professionnalisation des acteurs de la politique de la ville en Seine-Saint-Denis.

La politique de la ville existe depuis les années 80. C'est une politique spécifique mise en place pour les quartiers en difficulté.

Profession Banlieue est l'un des deux premiers centres de ressources Politique de la ville à avoir vu le jour en France, avec le centre de ressources et d'échanges pour le développement social et urbain (CR DSU- Rhône-Alpes).

Profession Banlieue est une association indépendante qui reçoit des subventions d'organismes publics.

En France, il existe vingt centres de ressources, dont quatre en Île-de-France : en Seine-Saint-Denis (93), dans le Val d'Oise (95), en Essonne (91) et à Paris (75).<sup>2</sup>

#### **1.1.2. Les objectifs de l'association**

Profession Banlieue s'est donné pour objectifs :

- la mise en réseau des professionnels du développement social et urbain entre eux, l'échange de savoir-faire et la capitalisation d'expériences innovantes dans l'ensemble des champs de la politique de la ville

---

<sup>2</sup> Informations reprises de la brochure publiée à l'occasion des 10 ans de Profession Banlieue sur le site de Profession Banlieue [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org) rubrique L'association, Missions, Téléchargements Profession Banlieue : 10 ans de politique de la ville, et d'un texte de présentation de l'association, en annexe n° 1 Fiche descriptive de Profession Banlieue p.109.

- la mise en relation des professionnels du développement social urbain et des scientifiques, consultants, experts
- la mise à disposition et la diffusion de l'information et des ressources à l'attention des professionnels

Au fil des années et de l'évolution de la politique de la ville, cet objectif de qualification s'est élargi à d'autres professionnels : agents des collectivités territoriales, bailleurs sociaux, associations...

Les thèmes traités par Profession Banlieue sont : le travail social, l'urbanisme, l'économie, l'éducation, l'intégration, la santé, les jeunes et la prévention de la délinquance.

### **1.1.3. Les activités de l'association**

L'association organise des instances de travail et publie les réflexions issues de ces instances.

#### *Les instances de travail<sup>3</sup>*

L'association ne fait pas de formation à proprement parler, mais organise des qualifications, des mises en réseau, des instances de travail pour les professionnels.

#### *Les publications<sup>4</sup>*

Les diverses instances de travail font l'objet de publications regroupées en plusieurs collections. L'association publie également tous les deux mois, la Lettre de Profession Banlieue, envoyée aux adhérents de l'association et aux professionnels du département.

### **1.1.4. Les moyens humains de l'association**

C'est une petite équipe de six personnes composée d'une directrice, d'une directrice-adjointe, d'une chargée de mission, d'une chargée de la documentation et de la gestion de l'information, d'une responsable administrative et financière et d'une assistante. L'équipe se réunit une fois par semaine.

Par ailleurs, Profession Banlieue mobilise des intervenants (chercheurs, experts, consultants) pour ses différentes instances de travail.

En ce qui concerne les publications, il est fait appel aux services de professionnelles extérieures (décryptage d'enregistrements audio, maquette et mise en page).

La maintenance informatique est régulièrement assurée par un informaticien extérieur.

---

<sup>3</sup> Liste des instances de travail dans le rapport d'activité 2011, p. 7. [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org) page d'accueil, rapport d'activités 2011.

<sup>4</sup> Liste des publications sur la page d'accueil du site de Profession Banlieue, rubrique Publications [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

## **1.2. Le service info-doc**

### **1.2.1. Les objectifs du service info-doc**

Le centre de ressources Profession Banlieue a créé un service info-doc afin de diffuser le plus largement possible les informations sur la politique de la ville et en particulier en Seine-Saint-Denis auprès des professionnels des villes tout d'abord. Ensuite, le public s'est élargi aux professionnels des associations et aux étudiants.

### **1.2.2. La place du service info-doc au sein de la structure**

Le fonds documentaire s'est constitué petit à petit pour les besoins de l'association et ce n'est que six ans après la naissance de Profession Banlieue qu'un service info-doc a été créé. Aujourd'hui, ce service ouvert aux usagers extérieurs est essentiel pour la diffusion des informations sur la politique de la ville et particulièrement en Seine-Saint-Denis tant en interne qu'en externe, leur stockage et donc leur accessibilité, et la communication sur les publications de l'association. Depuis la création du site Internet en 2002, le périmètre de la diffusion et de la communication s'est élargi, mais n'a donné accès en ligne qu'aux publications de Profession Banlieue et non à l'ensemble de ses ressources documentaires, la base de données documentaire n'étant pas en ligne.

### **1.2.3. Les moyens du service info-doc**

#### *1.2.3.1. Les moyens humains*

Le service info-doc est constitué d'une personne qui en est responsable. La charge de travail étant un peu trop importante pour une seule personne, ponctuellement, la chargée du service se fait aider par un stagiaire.

#### *1.2.3.2. Les moyens matériels*

Ils concernent les locaux, le mobilier, les moyens techniques essentiellement informatiques et le fonds documentaire.

#### **Les locaux**

Le service info-doc est constitué d'un lieu de travail pour la responsable du service qu'elle partage avec la directrice-adjointe et la chargée de mission. Il est également constitué d'une salle de consultation pour les usagers tant internes qu'externes.

#### **Le mobilier**

Dans la salle où travaille la responsable du service, est mis à sa disposition un bureau attitré. Cette salle contient aussi un porte-revues. Dans la salle de consultation, se trouvent des tables pour consulter les documents papier qui sont rangés sur des étagères ou dans des boîtes (pour les articles), elles-mêmes rangées dans cette salle.

#### **Les moyens techniques**

La chargée du service utilise un ordinateur, de même que les usagers de la salle de consultation qui ont à leur disposition un ordinateur. La responsable du service utilise :

- le logiciel documentaire Alexandria 6.3 pour la saisie des références bibliographiques dans la base de données. Cette version ne permet pas d'accomplir toutes les tâches en bibliothéconomie comme le prêt. Pour cela, il faudrait ajouter un module payant.
- des tableaux Excell pour la liste des emprunts
- un fichier sur FileMakerPro pour les fiches info concernant les usagers venus sur place
- le site Web pour une large diffusion des informations. Sa mise à jour est assurée exclusivement par la gestionnaire du service

### Le fonds documentaire

Riche de 7700 références aujourd'hui dont 150 numériques, il progresse de 200 à 300 titres par an<sup>5</sup>. Ce fonds se constitue majoritairement de documents papier : des articles de presse (nationale et municipale), des documents contractuels, des ouvrages, des rapports, des mémoires universitaires, des périodiques (100), des cassettes vidéo, des DVD, des documents officiels, des atlas... Profession Banlieue, étant l'un des centres de ressources les plus anciens sur la politique de la ville, possède l'un des fonds les plus riches et les plus anciens dans ce domaine, ce qui constitue un avantage indiscutable sur les autres centres de ressources Politique de la ville en France. Autre atout, le fonds documentaire de Profession Banlieue possède outre des documents sur la politique de la ville en général, des documents sur la Seine-Saint-Denis.

#### 1.2.3.3. Les moyens financiers

L'association compte sur de nombreux bailleurs de fonds.<sup>6</sup> Elle bénéficie d'un budget qui lui permet d'assurer sa mission.

Le service info-doc utilise les services de stagiaires quand elle en a besoin et profite d'améliorations techniques informatiques régulières (nouveaux logiciels de traitement de texte, par exemple), mais aussi ponctuelles telles que la nouvelle version du logiciel documentaire Alexandria 7.1.

### 1.2.4. Les activités du service info-doc

Les offres de services documentaires et de bibliothéconomie sont classiques.

Étant donné la mission du centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue, les thématiques des documents et des informations collectées par le service info-doc relèvent de la politique de la ville en général et en Seine-Saint-Denis en particulier.

- Sélection d'articles dans la presse municipale (papier) et nationale (numérique), dans les périodiques (papier ou numérique), sur des sites
- Sélection d'ouvrages
- Acquisitions de documents (achat, service de presse, abonnement numérique ou non, téléchargement)
- Indexation
- Saisie dans la base (stockage)
- Rangement physique des documents papier
- Diffusion des informations (par le site Internet)
- Prêt (200 par an)
- Recherches d'informations :
  - ✓ dans la base de données (à la demande, pour les usagers internes et surtout externes)
  - ✓ sur Internet et dans des périodiques papier (veille sur la politique de la ville)
- Production de bibliographies (à la demande en interne, pour certaines instances de travail, mais diffusion externe)

<sup>5</sup> Les rapports d'activités de Profession Banlieue (de 2005 à 2010) sont accessibles sur la page d'accueil du site de l'association, rubrique Activités, sous-rubrique Archives [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

<sup>6</sup> Voir les logos représentant ces bailleurs en pied-de-page de la page d'accueil du site [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

- Recensement de lieux et de personnes ressources (en interne, pour certaines instances de travail et à la demande d'usagers externes)
- Mise à jour du site Internet

## 2. Le projet de mise en ligne de la base de données documentaire : la valorisation du service info-doc

### 2.1. L'enjeu du projet

Devant la baisse de l'utilisation de son fonds documentaire particulièrement nette en 2011 (avec une centaine de requêtes seulement alors que l'année 2004 en enregistrait 233), le centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue a voulu améliorer la visibilité de ce fonds, et ce faisant le valoriser et valoriser son centre info-doc. Pour cela, il a opté pour la mise en ligne de la base de données documentaire.

Ainsi il suivait l'évolution technique dans le domaine de l'info-doc, telle qu'elle se manifeste notamment à travers la multiplication des portails documentaires d'autres centres de ressources sur la politique de la ville, et telle que la réclamaient certains des usagers de son fonds documentaire. L'objectif du service info-doc n'était pas de remettre en question ou d'améliorer ni sa gestion documentaire, ni ses offres de service, ni ses produits.

Dans ce contexte, notre mission devait consister à rédiger le cahier des charges fonctionnel destiné à l'éditeur de logiciel documentaire G. B. Concept déjà pressenti pour la migration de la base de données Alexandrie 6.3 à la version 7.1. Cette dernière version permet non seulement de gérer des documents, mais également de créer un portail CMS.

Il s'agissait donc de traduire les différents besoins des usagers et de l'administratrice de la base de données en fonctionnalités, mais aussi de réfléchir à l'ergonomie du portail et à son contenu.

Avant de commencer à travailler sur le cahier des charges fonctionnel, afin de comprendre les raisons de la baisse d'intérêt du public pour le fonds documentaire et d'évaluer l'intérêt de la mise en ligne de la base de données pour les usagers, et leurs besoins en informations numériques, il a semblé nécessaire de réaliser une enquête auprès de ce public.

### 2.2. Les actions préparatoires à la mise en œuvre du projet de la mise en ligne de la base de données

#### 2.2.1. L'enquête

Première tâche avant la mise en œuvre de la mise en ligne de la base de données et avant même la rédaction du cahier des charges fonctionnel et la création de gabarits de pages du portail documentaire, la passation d'une enquête auprès des usagers du service info-doc.

L'objectif de cette enquête était double, savoir d'une part si le public de l'association connaissait le centre de documentation, faisait appel à ses services, de quelle façon et s'il en était satisfait et d'autre part, si une recherche en ligne lui serait utile et de quelle manière.

##### 2.2.1.1. Le questionnaire

Les premières ébauches du questionnaire ont été élaborées en avril-mai. La version définitive du questionnaire a été diffusée en mai avec l'espoir d'obtenir un maximum de retours début juin. Nous devons dépouiller les réponses à notre retour à l'association à la mi-juin.



En raison de cette contrainte de calendrier, l'élaboration de l'enquête s'est faite dans l'urgence, en ciblant l'essentiel de l'objectif à atteindre. De même, sa passation s'est déroulée directement sans échantillonnage.

## Les destinataires du questionnaire

C'est à partir d'une partie du listing du public de Profession Banlieue que le panel de personnes à interroger a été établi. Il s'agit de professionnels de la politique de la ville du département de la Seine-Saint-Denis, des administrateurs de Profession Banlieue, des utilisateurs du service documentaire du service info-doc entre 2010 et 2012, des professionnels de l'info-doc de certains centres de ressources et du réseau REMISIS (Réseau d'information sur les migrations internationales et les relations interethniques) et des départements universitaires. Ils ont reçu par e-mail le questionnaire. Ensuite, le questionnaire a été mis en ligne sur le site de l'association.

## Le contenu du questionnaire

Quelques questions seulement ont été formulées pour que le questionnaire ne soit pas trop long et que les gens acceptent de répondre.

Le questionnaire s'est donc composé de deux parties, l'une consacrée au centre de ressources et l'autre, à la future mise en ligne de la base de données.<sup>7</sup>

L'équilibre entre les deux thèmes retenus a été assuré.

Dans la première partie, les deux questions initiales concernent l'identité des usagers extérieurs (professionnels de la ville ou d'associations, du Conseil général, des services de l'État, étudiants ou autres ; spécialistes de la politique de la ville ou non).

Les cinq questions suivantes portent sur la connaissance du service info-doc par le public du centre de ressources Profession Banlieue, sur leur fréquentation (au sens de "formes" de la fréquentation : sur place ou à distance), sur leur utilisation des offres de service de ce centre documentaire et sur leur satisfaction de ces services.

La seconde partie se concentre sur la mise en ligne de la base de données. Les quatre questions portent sur le besoin éventuel des usagers extérieurs de ce moyen technique, sur les modalités de recherche qu'ils préfèrent, sur leur utilisation des résultats de ces recherches et enfin sur le type d'informations qui leur serait le plus utile.

Certaines questions étaient fermées et d'autres ouvertes. En raison de ces dernières, certains résultats ne correspondent pas à des options proposées par le questionnaire, ayant été introduites par les usagers.

Une seule question subsidiaire est relative aux pratiques de recherche d'informations des internautes.

### *2.2.1.2. Le dépouillement*

Sur 571 questionnaires envoyés, 110 ont été retournés qui sont représentatifs du public cible, soit 19 %, ce qui représente un bon pourcentage de réponses à partir desquelles peuvent être établies quelques statistiques.<sup>8</sup>

## La méthode

La centaine de questionnaires retournée a été dépouillée avec la méthode la plus instinctive, celle des tris à plat.

---

<sup>7</sup> Annexe n° 2 Le questionnaire p. 112.

<sup>8</sup> Annexe n°3 Les conclusions de l'enquête p. 114.

Les données de tous les questionnaires ont été relevées et transcrites dans un tableau Excel<sup>9</sup> dans l'ordre d'apparition des questions. En abscisse, se trouvent les personnes interrogées dans leur diversité (sauf les représentants uniques de certains groupes qui ont été regroupés sous la rubrique "Autres") et en coordonnée, toutes les questions avec leurs réponses détaillées. Toutes les réponses ont été comptabilisées champ par champ et transformées en pourcentages de façon à établir un ordre de grandeur et donc d'importance des réponses obtenues.

### 2.2.1.3. La conclusion de l'enquête<sup>10</sup>

Les résultats de l'enquête ne permettent pas de comprendre les raisons de la baisse de l'usage du fonds documentaire de Profession Banlieue entre 2004 et 2011. Ce mouvement de baisse est observable dans de nombreuses bibliothèques et centres de documentation. Il reflète peut-être davantage un fait de société qu'un dysfonctionnement du service info-doc de Profession Banlieue. En effet, les usagers sont satisfaits des services documentaires offerts par le service documentaire de Profession Banlieue, sauf en ce qui concerne l'accès à distance des références bibliographiques. Cette enquête est intervenue à l'étape préparatoire du cahier des charges fonctionnel qui recense les besoins des usagers et le questionnaire a été établi en fonction de cette étape. Une enquête complémentaire est à prévoir dans le cadre d'une politique de valorisation documentaire du service info-doc de Profession Banlieue.

## Le fonds documentaire

En ce qui concerne le fonds documentaire, la majorité des personnes qui ont répondu travaille dans les villes sur des problématiques de la politique de la ville. Cela ne signifie pas que les professionnels de la ville représentent la majorité des usagers du centre documentaire.

La très grande majorité des personnes qui ont répondu connaissent le service info-doc, mais un peu moins de la moitié a utilisé ses services.

La raison principale, décelée à travers les améliorations proposées par les usagers ou leur pratique informationnelle, est le fait de devoir se déplacer, ce qui leur est difficile soit en raison de l'éloignement géographique, soit en raison des horaires d'ouverture du centre de documentation.

## La mise en ligne de la base de données

Tous ceux qui ont répondu au questionnaire ont unanimement reconnu l'utilité pour eux de la consultation en ligne des documents du centre documentaire. Les raisons en sont sans surprise principalement l'accès facile et rapide, et le gain de temps.

Les réponses les plus marquantes concernent les informations que les usagers jugent les plus utiles à trouver sur le portail documentaire. Certaines de leurs propositions ont été approuvées par l'équipe de Profession Banlieue qui débat collectivement de tout ce qui concerne l'association, et reprises dans le contenu du portail documentaire.

Les résultats de l'enquête ont été repris dans le cahier des charges fonctionnel<sup>11</sup> et utilisés pour créer le contenu des rubriques du portail<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Annexe n° 4 Tableau du dépouillement du questionnaire p. 118.

<sup>10</sup> Annexe n° 3 Les conclusions de l'enquête p. 114.

<sup>11</sup> Annexe n° 5 Le cahier des charges fonctionnel p. 125.

<sup>12</sup> Annexe n° 6 Ergonomie et contenu du portail documentaire p. 132.

## **2.2.2. Le cahier des charges fonctionnel et la conception ergonomique du portail et son contenu**

### *2.2.2.1. Le cahier des charges fonctionnel*

Deuxième tâche avant la mise en œuvre de la mise en ligne de la base de données, la rédaction du cahier des charges fonctionnel.

Ce cahier des charges devait être soumis à G. B. Concept, l'éditeur du logiciel Alexandrie, qui devait assurer la migration de la base de données de la version 6.3 à la version 7.1 et créer le portail documentaire sur lequel elle sera interrogeable.

### **Les phases préparatoires à la rédaction**

Avant de rédiger le cahier des charges fonctionnel pour la mise en ligne de la base de données documentaire de Profession Banlieue, il a semblé nécessaire de s'appuyer sur des exemples de portails documentaires afin de créer l'interface la plus performante possible pour les usagers. Naturellement, les sites des autres centres de ressources Politique de la ville, avec lesquels l'association est en lien et met à jour son thésaurus,<sup>13</sup> ont fait partie des premiers sites examinés. Ils ont été comparés en termes de techniques de recherche (facilité, intuitivité), d'affichage des résultats et de diffusion, d'ergonomie...

Certains de ces centres ont la particularité de partager la même base de données COSOTER qui a également été soumise à examen dans les mêmes termes : techniques de recherche, ergonomie...

### **L'analyse des besoins du public cible**

Il s'agissait de traduire les différents besoins des usagers et de l'administratrice de la base de données en fonctionnalités.

Le projet de mise en ligne de la base de données vise essentiellement à faciliter l'accès aux références bibliographiques du centre de documentation de Profession Banlieue pour les usagers externes à l'association.

Cependant, cette mise en ligne bénéficiera également aux membres de l'équipe de l'association. C'est pourquoi les besoins des utilisateurs internes sont analysés comme ceux des utilisateurs externes.

Les besoins spécifiques de la chargée de la documentation et de la gestion de l'information (gestionnaire et administratrice de la base de données) sont également considérés, car ils concernent la migration de cette base vers la nouvelle version du logiciel documentaire.

### **Les usagers externes et internes à Profession Banlieue**

Certains besoins sont communs aux usagers externes et internes tels :

- l'accès au portail documentaire
- le repérage de documents (la recherche d'informations : simple, avancée ou multicritère)
- l'affichage des résultats et leur exploitation

Même si globalement tous les usagers ont les mêmes besoins, certaines fonctionnalités sont différentes selon les spécificités propres à chaque type de public. Par exemple, les usagers extérieurs ne pourront pas télécharger les documents en PDF, à part les publications de Profession Banlieue et quelques documents en PDF, alors que les usagers internes pourront télécharger tous les documents PDF de la base. Le téléchargement sans restriction nécessiterait l'acquisition des droits de reproduction des documents et des coûts supplémentaires au service info-doc.

---

<sup>13</sup> Pays et quartiers d'Aquitaine (PQA), Villes au carré (Villes<sup>2</sup>), Ressources et Territoires et le CRPV.

### **La chargée de la documentation et de la gestion de l'information**

En tant que gestionnaire de la base, elle doit pouvoir :

- accéder à la base
- l'alimenter (textes)
- saisir les données (textes) dans la base qui alimenterait automatiquement certaines rubriques du site
- sauvegarder ces données
- rechercher des documents
- éditer les résultats des recherches
- gérer les droits d'accès à la base (textes)

En tant que chargée des prêts, elle doit pouvoir :

- gérer les prêts

En tant qu'administratrice de la base de données, elle doit pouvoir :

- gérer les droits de l'équipe à l'accès à la base

#### *2.2.2.2. La conception de gabarits de pages du portail documentaire et son contenu*

Troisième tâche avant la mise en œuvre de la mise en ligne de la base de données, la création de modèles de pages tant des points de vue de l'ergonomie que du contenu.

En effet, afin de rendre plus concrète l'interface documentaire avec les besoins du service info-doc, les gabarits de certaines pages ont été conçus et joints au cahier des charges fonctionnel.

### **La charte graphique**

Elle devrait être identique à celle du site institutionnel. Pour cela, l'éditeur de logiciels documentaires G. B. Concept doit se mettre en contact avec l'hébergeur du site institutionnel de Profession Banlieue, PCL, afin que celui-ci lui procure les éléments nécessaires.

### **La charte éditoriale**

Elle devrait s'appuyer sur certaines rubriques du site et sur les résultats de l'enquête et en particulier sur les propositions de contenu et sur les pratiques de recherche des usagers extérieurs.

Des gabarits ont ainsi été créés en respectant le zoning proposé par le CMS choisi par G. B. Concept, pour :

- la page d'accueil du portail
- les pages des résultats de la recherche simple (format liste de résultats et format notices)
- la page de la recherche avancée
- la page des résultats de la recherche avancée (format liste de résultats et format notices)

#### *2.2.2.3. Le bilan de l'élaboration du cahier des charges fonctionnel et des pages du portail documentaire (ergonomie et contenu)*

Le cahier des charges fonctionnel, qui représente un document indispensable pour tout maître d'œuvre, est souvent incomplet et pas assez détaillé. Celui qui a été établi pour le projet de Profession Banlieue a été validé par l'éditeur qui en a été satisfait. Il a servi de base de travail pour les techniciens de G. B. Concept.

De même que le document traitant de l'ergonomie du portail et de son contenu, remis avec le cahier

des charges, a été apprécié pour sa précision alors que généralement les maîtres d'ouvrages ne savent pas de quoi sera constitué leur portail documentaire.

Ces deux documents de travail sont reproduits dans leur intégralité en annexes 5, p. 124 et 6, p.131.

La rédaction du cahier des charges fonctionnel et la définition de l'ergonomie du portail documentaire et de son contenu auront également été utiles au service info-doc dans la mesure où ils ont suscité une réflexion sur la gestion documentaire et sur d'éventuels changements touchant :

- le traitement des articles de presse dépouillés qui étaient, après indexation selon un plan de classement différent de celui utilisé pour la base, imprimés et rangés dans des boîtes. Ils devraient être dorénavant numérisés (scannés) ou téléchargés
- la pertinence des critères de la sélection des articles
- la pertinence des critères de la sélection des périodiques dépouillés
- l'allègement de la charge de travail que représente la veille documentaire par le fait que le service info-doc de Profession Banlieue intégrerait le club de veille mis en place par plusieurs de ces centres qui mutualisent leur veille

Cette réflexion a également porté sur :

- une évolution probable des pratiques documentaires des usagers internes qui auront accès à la base de données plus facilement qu'auparavant, ce qui devrait les inciter à y faire des recherches
- le bouquet de services que proposera le portail en plus de la recherche sur la base de données ; les rubriques à y ajouter en fonction des résultats de l'enquête et des réflexions de l'équipe de Profession Banlieue, et en particulier le doublonnage ou non de certaines rubriques et/ou documents existant déjà sur le site
- l'éventuelle création d'une photothèque pour gérer les photos qui sont utilisées pour les publications ou gardées en archives. Finalement, ce projet a été repoussé en raison de son coût, mais sa nécessité a été reconnue par la chargée du service info-doc qui serait plus intéressée par un logiciel libre.

En conclusion, le service info-doc du centre de ressources Politique de la ville Profession Banlieue est un petit centre animé par une seule personne, qui offre une série de services documentaires classiques, appréciés des usagers extérieurs.

La chargée du service est bien intégrée au reste de l'équipe de l'association qui compte six personnes.

L'organisation tant du centre de ressources que du service info-doc fonctionne de façon satisfaisante et efficace pour remplir la mission impartie à l'association.

Cependant, la fréquentation du service info-doc a décliné depuis quelques années et pour y remédier la solution de la création d'un portail documentaire a été décidée, sans analyse préalable.

Ce projet de mise en ligne de la base de données documentaire a débuté par une enquête pour établir les raisons du désintérêt des usagers pour le fonds documentaire et pour connaître leur avis sur l'accès à distance aux références bibliographiques du centre de ressources Profession Banlieue. Les résultats de l'enquête ont été probants dans la mesure où ils ont été utiles à l'élaboration du cahier des charges fonctionnel.

Une nouvelle enquête complémentaire devrait être soumise aux usagers dans le cadre de la définition d'une stratégie documentaire.

Le cahier des charges fonctionnel et les gabarits de pages du portail documentaire ont été fournis à la société G. B. Concept, maître d'ouvrage du projet. Ce projet est actuellement en cours de réalisation et les usagers pourront à partir de début janvier 2013 accéder à distance aux références bibliographiques de la base de données. Le fonds documentaire de Profession Banlieue sera diffusé plus largement qu'auparavant et obtiendra ainsi une plus grande visibilité alors qu'il n'était consultable que depuis le poste de la chargée du service info-doc.

Ce projet était nécessaire, mais cette plus large diffusion suffira-t-elle à faire revenir le public du service info-doc vers ses offres de services ? Le choix d'une solution purement technique ne restreint-il pas le champ des solutions possibles envisageables ?

Il semble plus approprié d'analyser le service info-doc et son association de tutelle afin d'élaborer une stratégie documentaire au sein de laquelle la solution du portail documentaire trouverait toute sa place. En fait, Profession Banlieue a adopté une démarche inversée et incomplète puisque avant toute analyse, l'association a privilégié un élément technique.

**Deuxième partie**

**Le choix d'une politique de stratégie  
documentaire**

Afin de répondre à la problématique du service info-doc de Profession Banlieue, il fallait élaborer une méthode stratégique, applicable à ce type de service. Pour cela, il a semblé qu'à l'heure actuelle, la stratégie la plus appropriée était celle du marketing.

En effet, le marketing sous certains aspects correspond aux attentes des services d'information, comme l'ont démontré plusieurs chercheurs en documentation. Ils ont analysé les approches méthodologiques du marketing et les ont appliquées aux services d'information.

La stratégie marketing correspond à l'objectif de valorisation du service info-doc de Profession Banlieue parce que valoriser un tel service correspond au besoin de (re)donner confiance à ses usagers, de les inciter à l'utiliser de nouveau ou pour la première fois, et de (re)nouer une relation entreprise-client (usager) (fidélisation ou acquisition de nouveaux usagers), ce qui nécessite une analyse approfondie du service, de son public et de son contexte, afin d'élaborer un diagnostic et un plan stratégique.

## 1. La stratégie marketing

### 1.1. Le marketing transactionnel (basé sur la transaction)

À l'heure actuelle, les services d'information documentaire se trouvent confrontés à un contexte de concurrence, et davantage encore qu'en 1994, quand Éric Sutter écrivait ces lignes : « Les utilisateurs-clients ont le choix et auront de plus en plus le choix entre plusieurs dispositifs d'accès ou plusieurs "fournisseurs" d'information et de documents. » [6, p. 17]

Alors, pour éviter les échecs, l'auteur préconise d'agir en « industriel » ou en « manager » et d'adopter la démarche « marketing », même si le secteur d'activité de l'information semble bien éloigné de cette démarche de l'industrie classique. » [6, p.18].

Pour Éric Sutter, le « marketing » est une « méthode rationnelle de détection, de conquête rentable, d'exploitation et de conservation du marché de l'organisme. » [6, p. 29] Il a pour objet d'offrir aux professionnels de l'info-doc « des approches plus systématiques, plus méthodiques » à mettre en œuvre. [6, p. 18]

La réflexion sur le recours aux méthodes marketing dans les services d'information, commencée dès la fin des années 80, est toujours en cours comme l'attestent non seulement le manuel de Florence Muet et Jean-Michel Salaün [2], mais aussi les dossiers sur le sujet parus à plusieurs reprises notamment dans la revue Documentaliste-Sciences de l'information.

Artisans actifs de cette réflexion, Florence Muet et Jean-Michel Salaün, corroborent la réflexion d'Éric Sutter, quand ils déclarent que devant les multiples défis (information numérique, développement des réseaux, dilution de la fonction de l'information à tous les niveaux de l'entreprise et l'arrivée de nouveaux acteurs : informaticiens-réseaux, webmestres...) auxquels sont confrontés les responsables de structures documentaires, le marketing « peut grandement faciliter la décision stratégique, indispensable dans cette période de forte évolution. » [2, p. 9]

Cette démarche d'une stratégie structurée fait notamment l'objet de l'ouvrage d'Yves Pariot sur le marketing stratégique et opérationnel, qui comporte quatre étapes essentielles pour le développement d'une entreprise : l'analyse de l'environnement, des concurrents et des clients ; l'élaboration de la stratégie ; la construction du plan marketing ; développement et accroissement des ventes. [4, p. XVIII]

Florence Muet et Jean-Michel Salaün reprennent la plupart de ces éléments dans leur ouvrage destiné aux responsables de structures documentaires auxquels ils proposent une démarche stratégique de marketing adapté aux services d'information, détaillée étape par étape, afin qu'ils élaborent leur propre stratégie de développement en fonction des particularités de leur service d'information.



Les auteurs insistent sur le fait que les services d'information sont pris dans le mouvement du centrage (ou recentrage) sur l'utilisateur, valorisé depuis longtemps dans les manuels de marketing, qui se révèle particulièrement important quand l'activité de l'organisation relève du service : « Pour les entreprises, "l'orientation client" devient le seul modèle viable, dans une situation de concurrence exacerbée. Les activités non lucratives suivent la même tendance. » [2, p.7]

Ce que Sophie Muet confirme quelques années plus tard : « Le marketing documentaire est d'abord la posture de l'orientation utilisateur : la raison d'être de toute fonction documentaire réside dans la recherche permanente de l'adaptation aux besoins d'information d'une communauté et des individus qui la composent. » [3]

Si, a priori, pour Yves Pariot, comprendre et écouter ses clients n'est pas « à la base de toute démarche marketing » [2, p.7], il reconnaît cependant, dans un cas où les employés d'une entreprise travaillaient en collaboration avec les cadres d'une autre entreprise dans leurs locaux, que « ce rapprochement permet d'apporter de la valeur ajoutée au client en étant proche des besoins et de leurs évolutions. L'apport de valeur ajoutée donne l'occasion de se dégager d'un simple rapport de fourniture d'un produit avec un unique paramètre « prix » vis-à-vis du client. (...) La relation devient forte et n'est plus forcément perçue comme un lien client/fournisseur, mais plutôt comme une forte collaboration et un partenariat. » [4, p. 41-42]

L'auteur tend dans ses propos à s'éloigner du marketing transactionnel et à préconiser l'un des fondements du marketing relationnel.

## 1. 2. Le marketing relationnel

En effet, la spécificité de ce mouvement qui s'inscrit dans l'évolution du marketing et qui s'est répandu principalement depuis les années 90 [1, p. 6] réside dans la relation individualisée avec le client. [1, p.7]

Selon Patrick Hetzel, « cette relation individualisée constitue une rupture par rapport à des conceptions de type "marketing de masse" où justement les entreprises ne cherchaient pas à construire une relation avec des groupes, certes segmentés, néanmoins indifférenciés d'individus. » [1, p.7]

Ce que corrobore Rajesh Singh, adepte de l'approche scandinave du marketing relationnel (il existe également les approches nord-américaine et anglo-australienne) : « le marketing relationnel (...) représente un changement radical dans la réflexion managériale : on passe d'une logique de création de valeur *via* la transaction avec le client à la notion de développement mutuel de valeur *via* des relations de long terme avec le client. » [5]

La démarche du marketing relationnel tend à construire une relation de confiance avec le consommateur. [1, p. 4] Ce dernier est considéré comme un tout et pas uniquement comme un acheteur-consommateur.

Ce que confirme encore Rajesh Singh qui a particulièrement travaillé sur l'approche marketing dans les services d'info-doc et les bibliothèques en Scandinavie : « Le marketing relationnel est fondé sur une notion de coopération et de confiance avec les clients. Ce concept est justement à la base de la définition d'un service d'information ! » [5]

L'auteur insiste sur la nécessité « de mettre en œuvre des méthodes pour développer une relation mutuelle avec les clients (...). (...) Cela nécessite de nouveaux paradigmes dans les modes de production, de gestion des accès et de diffusion de l'information, de format des prestations. (...) C'est avec le client que toute la gestion des services d'information doit commencer et se terminer. »

Il affirme encore que : « Le marketing relationnel et un centrage sur la qualité sont maintenant des éléments essentiels pour le développement des services de documentation. »

Pour l'auteur, la réussite de la mission des fournisseurs de services d'information dépend de la mise en œuvre de la gestion des relations clients. C'est donc dans le cadre de cette gestion que le besoin d'une méthodologie marketing relationnel est nécessaire.

En ce qui concerne le marketing attaché au domaine de l'info-doc, il existe également le marketing dit « documentaire ».

### 1.3. Le marketing documentaire

Ingrid Torres donne du marketing documentaire une définition claire : c'est « une adaptation de certaines techniques, issues des théories marketing, à la gestion des services d'information et de documentation dans le but de permettre à l'organisation de s'adapter à son environnement, de connaître ses forces et ses faiblesses, et de mieux répondre ainsi aux différentes attentes de ses usagers. On peut parler d'une philosophie de gestion qui place l'utilisateur des services documentaires au centre des préoccupations. L'objectif étant de développer au maximum les échanges entre le service d'information et les différentes catégories d'utilisateurs. Marketing et documentation se rejoignent donc autour des concepts de relation et d'échange. » [7, p. 290-297]

Étant donné que des chercheurs en information-documentation ont adapté la méthode marketing au domaine de l'information-documentation, comme son nom l'indique, il nous a semblé approprié de l'utiliser dans un premier temps afin de déterminer un plan stratégique adapté au cas du service info-doc de Profession Banlieue.

Dans un second temps, il serait intéressant d'essayer également la méthode du marketing relationnel préconisée par Rajesh Singh qui peut se révéler complémentaire à la démarche du marketing documentaire.

Ainsi, nous avons essayé d'appliquer la méthode du marketing documentaire au service info-doc de Profession Banlieue.

## 2. La méthode de la stratégie du marketing documentaire adaptée au service d'information de Profession Banlieue

La stratégie du marketing documentaire consiste à réaliser une série d'analyses des services info-doc ou des bibliothèques (analyses interne, du public et externe). Les résultats obtenus sont hiérarchisés et synthétisés, afin de découvrir les atouts et les faiblesses de ces services ou de ces établissements, et d'établir un diagnostic sur lequel sera fondée une stratégie documentaire. Celle-ci, construite en trois étapes (le choix du public cible, la définition de l'offre de service et la construction du positionnement du service), est mise en œuvre grâce à un scénario retenu parmi plusieurs.

Afin d'appliquer cette méthode au service info-doc de Profession Banlieue, nous avons suivi les étapes que décrivent Florence Muet et Jean-Michel Salaün dans leur manuel sur le marketing documentaire.

Il s'agissait donc d'établir un diagnostic afin d'élaborer la stratégie qui correspond à l'enjeu de la valorisation du service documentaire de Profession Banlieue. Pour cela il a fallu procéder à une série d'analyses du service info-doc et de son organisme de tutelle, l'association Profession Banlieue. La première analyse, dite « interne », a concerné le service (ses moyens, son activité et sa gestion). La deuxième, dite « du public », s'est intéressée aux usagers du service, et la troisième, dite « externe », a pris en compte l'environnement du service.

Ces analyses ont offert une image globale du service. Leurs résultats ont été hiérarchisés et synthétisés de façon à repérer les éléments déterminants et à établir ainsi le diagnostic, en vue d'élaborer une stratégie comme nous l'avons détaillé plus haut.

En accord avec l'affirmation des deux auteurs : « les choix doivent se fonder sur une connaissance et une conscience précise de la situation » [2, p. 9], nous avons suivi la démarche de marketing stratégique qu'ils proposent en deux grandes parties : le diagnostic et la stratégie. Nous retrouvons bien là les étapes élaborées par Yves Pariot : l'analyse de l'environnement, des concurrents et des clients (diagnostic) ; l'élaboration de la stratégie ; la construction du plan marketing.

## 2.1. Le diagnostic marketing

Il se compose de trois étapes : les analyses interne, du public et externe de l'organisme. « L'objectif des étapes est d'aboutir à un diagnostic utile pour la décision. » [2, p.13]<sup>14</sup>

### 2.1.1. L'analyse interne du service info-doc

Cette analyse concerne le service info-doc en interne, c'est-à-dire ses moyens matériels, humains et financiers. Il s'agit d'une analyse plutôt quantitative que qualitative dans la mesure où la qualité de contenu des documents n'est pas prise en compte, alors que ce sont les quantités ou les volumes.

#### 2.1.1.1. Les moyens du service info-doc de Profession Banlieue

Il ne s'agit pas d'un audit systématique du service, mais de se limiter aux éléments indispensables au diagnostic.

Les critères de l'analyse sont la quantité, l'adaptation (l'adéquation) par rapport au service à rendre et l'évolutivité. Les moyens mis à la disposition d'une activité de service doivent prendre en compte deux obligations : la productivité, la réalisation effective du service, et l'environnement qui accueille le public (selon les cas).

#### Les moyens matériels

Les moyens analysés correspondent à ceux qui sont mis à la disposition du public ou qui le concerne de près ou de loin. Il s'agit des locaux, du mobilier, des outils informatiques et du fonds documentaire ou des collections.

Même si la majorité des demandes d'informations adressées au service d'information-documentaire de Profession Banlieue l'est à distance, et si les usagers venant sur place restent rarement longtemps, juste le temps de repérer les références qui les intéressent et d'emprunter les ouvrages correspondants, nous tiendrons compte de l'aspect matériel des locaux accessibles aux usagers.

#### Les moyens matériels de Profession Banlieue

##### Les locaux : la salle de consultation des documents accessibles au public

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>La surface de la salle de consultation n'est pas très grande, mais est suffisante pour deux usagers, ce qui arrive rarement</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cette pièce est adaptée à la consultation avec de grandes fenêtres</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pas d'agrandissement envisageable faute de place dans les locaux de l'association</li> </ul>

<sup>14</sup> Toutes les références bibliographiques concernant le manuel de Florence Muet et Jean-Michel Salaün seront notées par le numéro de la page dont est tirée la citation. Exemple : p. 13. Les autres références seront notées par le numéro dans la bibliographie et le numéro de page, le tout entre crochet. Exemple : [2, p.13].

La salle de consultation n'est pas très grande, mais elle est de dimension suffisante pour le nombre d'utilisateurs qui l'utilisent en même temps.

#### Le mobilier de la salle de consultation où se trouvent les documents consultables

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le nombre de tables est suffisant pour la taille de la salle de consultation et le nombre de visiteurs qui se présentent à la fois</li> <li>Les étagères portant les documents ne sont pas assez nombreuses devant l'accroissement des documents</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les étagères portant les documents sont accessibles</li> <li>Les usagers ont à leur disposition un ordinateur doté d'un accès Internet</li> <li>Le présentoir des périodiques ne se trouve pas dans cette salle</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bon état. Pas besoin de le remplacer</li> <li>Une augmentation du mobilier est impossible en raison de la taille de la pièce</li> </ul>

Le nombre d'étagères demanderait à être augmenté, mais étant donné la taille de la pièce, ce n'est pas possible. Le manque d'étagères doit être résolu autrement (les documents peu demandés pourraient être rangés dans des armoires dans la salle où travaille la chargée du service info-doc ou dans celles du couloir, par exemple).

Le présentoir devrait se trouver à proximité des usagers (dans le couloir menant à la salle de consultation ou une signalétique devrait être envisagée pour indiquer son existence aux usagers).

#### Le mobilier du service info-doc en dehors de la salle de consultation

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le mobilier dans lequel sont rangés des documents qui n'est pas en accès libre est suffisant</li> <li>Le présentoir des périodiques est assez grand</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le présentoir n'est pas adapté à sa fonction étant donné que les périodiques ne sont pas consultés faute d'être visibles</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Des agencements sont peut-être envisageables, mais pour l'instant la nécessité ne se fait pas sentir</li> </ul>

Le présentoir à périodiques devrait être déplacé ou son emplacement devrait être indiqué pour les usagers. S'il était mis dans une autre salle, il libérerait de la place dans la salle où travaille la chargée du service info-doc.

#### L'informatique du service info-doc

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les logiciels correspondent à l'activité documentaire</li> <li>Le poste de la gestionnaire est pourvu du logiciel documentaire Alexandria 6.3</li> <li>Son poste est aussi pourvu du logiciel de PAO X-Press</li> </ul>

Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La version 6.3 du logiciel documentaire empêchait l'installation de la nouvelle version d'exploitation de Mac OS, ce qui posait des problèmes de compatibilité avec les ordinateurs des autres membres de l'équipe, équipés de la dernière version</li> <li>• X-Press est adapté à la mise en page de la Lettre de Profession Banlieue</li> <li>• La maintenance informatique est efficace</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La version 7.1 d'Alexandrie remplacera bientôt la version actuelle</li> </ul>

Les moyens informatiques sont en adéquation avec les besoins documentaires.

Début 2013, la dernière version du logiciel documentaire Alexandrie 7.1 sera installée. Cela permettra un nouveau paramétrage des fonctions documentaires et une amélioration du traitement des documents et de leur diffusion grâce à la mise en ligne de la base de données via un portail documentaire.

### Le fonds documentaire

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 500 références en 2011 (100 périodiques environ). Progression de 200 à 300 références par an pour les trois dernières années. Étant donné le rapport entre le nombre de références et celui des usagers du fonds, qu'ils soient internes ou externes à l'association, (les externes représentent entre 100 et 200 selon les années), la quantité semble suffire. Le public ne s'est jamais plaint du manque de ressources documentaires</li> <li>• La majorité des documents est sur support papier (environ 200 sont des PDF)</li> <li>• Le nombre de documents dans certaines thématiques dépasse la place qui leur est impartie dans la salle de consultation</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<p><b>Accès au public</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Documents papier :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ la majorité est en accès libre</li> <li>✓ certains, rares, ne sont pas en accès libre, ni empruntables, mais restent consultables en ayant recours au service de la responsable du service documentation</li> <li>✓ le plan de classement avec les cotes des thématiques affiché derrière la porte de la salle de consultation</li> <li>✓ les ouvrages sont rangés par cote et non par numéro d'enregistrement (difficulté à trouver un ouvrage sur les rayons)</li> </ul> </li> <li>• <i>Documents en PDF dans la base de données :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ne sont pas accessibles aux usagers</li> <li>✓ des impressions peuvent être faites sur place</li> <li>✓ la base de données n'est pas encore en ligne, mais les articles en PDF demeureront inaccessibles aux usagers en ligne pour une question de droit de reproduction</li> </ul> </li> <li>• <i>Documents en PDF sur le site de Profession Banlieue :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ils sont consultables à partir d'un ordinateur dans la salle de consultation</li> </ul> </li> </ul> <p><b>État de conservation des documents papier : bon</b></p>

	<p><b>Adéquation du fonds avec les demandes des usagers (contenu, format et support) :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants et les chercheurs en particulier consultent les articles de presse concernant la politique de la ville en Seine-Saint-Denis (spécificité du fonds documentaire)</li> <li>• Pas vraiment d'informations sur le format, mais tendance des usagers à demander des documents en PDF</li> <li>• Les documents correspondent aux besoins du public : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ contenu</li> <li>❖ forme</li> </ul> </li> </ul>
Évolutivité	<p><b>Passage du papier au numérique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les articles sélectionnés sous format papier pourraient être fournis en numérique le plus possible</li> </ul> <p><b>Sélection des articles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les critères de sélection des articles de la presse pourraient être reconsidérés</li> </ul> <p><b>Accès au public</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter la recherche des ouvrages dans les rayons (plan de classement plus accessible et cotation plus explicite)</li> </ul> <p><b>Typologie des ouvrages</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquérir davantage de thèses d'étudiants étant donné l'intérêt des recherches les plus récentes</li> </ul>

Les documents acquis par le service info-doc de Profession Banlieue portent sur les thématiques de la politique de la ville et sur la Seine-Saint-Denis.

Les documents sont surtout sur support papier (7 500 références dont 200 en PDF) et dans leur grande majorité accessibles pour les usagers sur place.

Tous les documents en PDF ne sont pas accessibles à distance en raison des droits de reproduction. En revanche, ils le sont tous sur place sous forme de photocopies.

Le volume des documents du fonds s'accroît régulièrement et montre une dynamique dans l'acquisition des documents qui suit l'actualité des publications. Le fonds se renouvelle et n'a rien d'obsolète.

L'enquête n'a pas révélé d'insatisfaction des usagers extérieurs en ce qui concerne le contenu du fonds documentaire. Généralement, ils sont satisfaits des services rendus.

Les seules améliorations qu'ils ont proposées concernant le fonds portent sur la dématérialisation des documents que les usagers aimeraient pouvoir télécharger. De plus, ils sont tous favorables à la mise en ligne de la base de données.

Les moyens humains du service info-doc de Profession Banlieue

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une personne</li> <li>• Des stagiaires</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cette personne a toutes les compétences requises</li> </ul>
Évolutivité : <ul style="list-style-type: none"> <li>• de la charge de travail de la chargée du service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elle est déjà en charge de : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ la gestion du service documentaire</li> <li>✓ la mise à jour du site Internet</li> <li>✓ la rédaction d'articles</li> <li>✓ la mise en page de la Lettre de Profession Banlieue</li> </ul> </li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• de ses compétences techniques</li> <li>• du nombre de personnes dans ce service</li> </ul>	<p>Il ne semble pas qu'elle puisse se charger d'autres tâches</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation quand c'est nécessaire</li> <li>• Il n'est pas question de nouvelles embauches</li> </ul>
---	--

Le personnel du service info-doc se limite à une personne, ce qui est un peu juste par moment, étant donné sa charge de travail, dont la mise à jour journalière du site. Cela explique l'intervention de stagiaires pour assumer le trop-plein de tâches documentaires.

À court et à moyen terme, il ne semble pas que la responsable du service info-doc sera chargée d'autres tâches.

Elle bénéficie de formations dont elle a besoin pour suivre les développements des techniques documentaires. Ainsi en janvier, elle suivra une formation sur la nouvelle version du logiciel documentaire Alexandria 7.1.

#### Les moyens financiers du service info-doc de Profession Banlieue

Critères	Le cas de Profession Banlieue
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le budget semble suffisant pour assurer les services offerts</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le budget semble suffisant pour : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ l'acquisition d'ouvrages, de périodiques, de DVD</li> <li>✓ l'abonnement à la presse en ligne</li> <li>✓ les indemnités des stagiaires</li> <li>✓ l'évolution technique des outils</li> <li>✓ l'hébergement du site</li> </ul> </li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rallonge pour projets</li> </ul>

Le service ne souffre pas de restriction de budget et n'est pas obligé de diminuer ses offres de service.

#### 2.1.1.2. L'activité : les offres de service

Les offres de service représentent la deuxième étape de l'analyse interne du service info-doc de Profession Banlieue.

Plusieurs éléments sont à prendre en compte pour analyser l'activité : la largeur et la profondeur des offres, si elles sont de proximité ou à distance, et leur perspective de croissance et leur part de marché.

#### L'offre large ou profonde

La largeur et la profondeur des offres représentent le premier élément à prendre en compte pour analyser l'activité du service info-doc de Profession Banlieue.

#### L'offre large

Dans les métiers de service comme dans ceux de l'information-documentation, on parle de largeur et de profondeur de l'offre. « Une offre de service est considérée comme large si elle comprend un grand nombre de services de base, c'est-à-dire un grand nombre de services autonomes ayant des objectifs différents, susceptibles d'attirer une clientèle propre. » « Plus l'offre est large, plus le client peut satisfaire un nombre élevé de besoins ou plus l'entreprise pourra attirer des clients aux besoins diversifiés. » (p. 23)

#### L'offre profonde

« Une offre est profonde si elle propose une grande variété de moyens pour satisfaire un besoin exprimé. Le besoin du client pourra, cette fois-ci, être satisfait par différents services, ou encore les services proposés accompagneront le client de plus en plus loin dans la satisfaction de son besoin. La profondeur exprime la richesse du choix offert par l'entreprise pour atteindre un résultat clairement identifié. » (p. 23)

Les possibilités de services étant très nombreuses dans le domaine de l'information-documentation, les chercheurs ont dégagé quatre services de base génériques pour les centres de documentation : mise à disposition d'informations (rendre accessibles des documents), diffusion d'informations, études et recherches documentaires et assistance.

Nous avons adapté les catégories générales des services de base de l'info-doc en reprenant les données concernant le service info-doc de Profession Banlieue.

Nous avons ajouté la catégorie des produits documentaires qui font également partie des offres du service info-doc de Profession Banlieue.

La notion de service est définie comme : « Les activités d'un fournisseur, en interface avec le client, et les résultats de toutes les activités d'un fournisseur pour répondre aux besoins du client. Le fournisseur ou le client peuvent être représentés à l'interface par des personnes ou par des équipements. La fourniture ou l'utilisation de biens matériels peut faire partie du service. » [6, p. 201]

La notion de produit est définie comme : « Bien matériel, objet, support manufacturé. Exemple : un bulletin d'information. Le produit a deux dimensions : objective (qualité, fiabilité...) et subjective (la représentation qu'en a le client, son image). [6, p. 201]



## Largeur de l'offre de services de Profession Banlieue

Longueur de l'offre de services de Profession Banlieue

Service de mise à disposition de documents	Service de diffusion d'informations relatives aux documents*	Service de diffusion d'informations relatives aux documents*	Service d'études et de recherches documentaires	Service d'études et de recherches d'informations	Service d'assistance
<p><b>Services complémentaires</b></p> <p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Documents papier</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Accès :               <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ en libre service (plan de classement affiché)</li> <li>❖ par la documentaliste</li> </ul> </li> <li>✓ Utilisation :               <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ consultation sur place</li> <li>❖ prêt</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p><b>De proximité ou à distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Documents numériques</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Accès :               <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ par la documentaliste</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• <i>Pour les PDF des publications de Profession Banlieue, des bibliographies et des rapports d'activités</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Accès :               <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ par la documentaliste</li> <li>❖ par le site de Profession Banlieue</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Services complémentaires utilisés à l'initiative de l'utilisateur</b></p> <p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En face-à-face avec la chargée du service</li> </ul> <p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Par e-mail</li> <li>• Par téléphone</li> <li>• Par le site Internet (publications de Profession Banlieue, bibliographies et rapports d'activités)</li> </ul>	<p><b>Services complémentaires utilisés à l'initiative de la chargée du service</b></p> <p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Par push :</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ par e-mail</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Services complémentaires</b></p> <p><b>De proximité ou à distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche de références bibliographiques</li> </ul>	<p><b>Services complémentaires</b></p> <p><b>De proximité ou à distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche de lieux et de personnes ressources</li> </ul>	<p><b>Services complémentaires</b></p> <p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide à la recherche</li> </ul>
<p><b>Services périphériques liés</b></p> <p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impression</li> </ul>		<p><b>Services périphériques liés</b></p>	<p><b>Services périphériques liés</b></p>	<p><b>Services périphériques liés</b></p>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Photocopie</li> <li>• Achat</li> </ul> <p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Téléchargement</li> </ul>		<p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoi de la Lettre bimestrielle par courrier papier et par e-mail pour les adhérents à l'association et certains professionnels</li> </ul>	<p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impression</li> </ul> <p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoi par e-mail</li> </ul>	<p><b>De proximité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impression</li> </ul> <p><b>À distance</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoi par e-mail</li> </ul>	
---	--	--	---	---	--

Tableau repris p. 23

*\* La diffusion de l'information sur la politique de la ville en général et en particulier sur la politique de la ville en Seine-Saint-Denis, et sur l'association est faite par le site institutionnel.*

Les types de services du service info-doc de Profession Banlieue sont classiques et concernent essentiellement des demandes d'informations bibliographiques.

L'offre de services est plus large que profonde. La seule offre profonde touche celle de la mise à disposition des documents, car elle se fait de plusieurs façons.

## Les produits

Le service info-doc propose aussi des produits, mais ils sont peu nombreux : une base de données bibliographiques et des bibliographies à la demande en interne.

## L'offre de proximité et l'offre à distance

Les offres de proximité ou à distance représentent le deuxième élément à prendre en compte pour analyser l'activité du service info-doc de Profession Banlieue.

Selon Muet et Salaün, l'offre de services à distance est de plus en plus prégnante, cependant cette forte tendance ne semble pas remettre en cause les outils d'analyse de l'offre.

Mais contrairement à ce que préconisent ces auteurs dans leur manuel, nous avons repris d'emblée ensemble les données documentaires de proximité ou à distance de Profession Banlieue dans le même tableau ci-dessus.

Pour ne pas faire de confusion pour certains services entre mise à disposition et diffusion de l'information, nous précisons que les services de mise à disposition d'information du service info-doc de Profession Banlieue mettent en fait à disposition des documents papier ou électroniques ; que la diffusion de l'information « bibliographique » se fait par divers moyens dont le site institutionnel de Profession Banlieue, mais dans une faible mesure ; que la recherche d'informations concerne plus particulièrement les références bibliographiques qui sont majoritaires.

Quand les auteurs insistent sur le fait de mettre à part les données concernant Internet, cela nous fait réfléchir au rôle du site Internet de Profession Banlieue qui offre davantage d'informations sur l'association ou sur la politique de la ville que de services documentaires à proprement parler.

La responsable du service info-doc a affaire au site pour sa mise à jour en tant que plate-forme d'information plutôt qu'en tant que moyen d'offrir des services documentaires entendus comme, par exemple, des recherches documentaires. Certains usagers ne la contactent par le biais du site que depuis deux ans. La plupart le font par e-mail ou par téléphone, ou encore en se présentant à Profession Banlieue.

Les documents seront accessibles par Internet quand la base de données sera mise en ligne au début de 2013 au moyen d'un portail documentaire, et là, il faudra prendre en compte les services rendus par ce portail et donc par Internet, pour réfléchir sur l'activité documentaire.

En faisant la différence entre information et documents, nous nous sommes rendu compte que la chargée du service info-doc prend beaucoup de temps à la mise à jour du site. Il faudrait évaluer ce temps passé à l'informationnel par rapport au temps consacré aux documents dans les activités quotidiennes ou mensuelles de cette personne, afin de comprendre le poids respectif de ces deux facettes du métier de l'info-doc.

## Les perspectives de croissance des services et des produits documentaires du service info-doc de Profession Banlieue

Les perspectives de croissance des services et des produits documentaires du service info-doc de Profession Banlieue représentent le troisième élément à prendre en compte pour analyser l'activité de ce service.

Pour connaître ces perspectives, il faut évaluer la possibilité pour chaque service de se développer quantitativement, en volume.

### Les services à Profession Banlieue

	Développement en volume
<b>Services de base 1</b>	
Mise à disposition des documents papier à proximité (sur place) : <b>accès</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'accès des documents sur place ne peut être plus développé qu'il ne l'est</li></ul>
Mise à disposition des documents papier à proximité (sur place) : <b>consultation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La consultation des documents sur place ne peut pas être développée faute de place</li></ul>

Mise à disposition des documents papier à proximité (sur place) : <b>prêt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le prêt ne peut être davantage développé sur place, mais il peut l'être à distance : les documents peuvent être envoyés à l'utilisateur ou dans un autre lieu plus facile d'accès à l'utilisateur</li> </ul>
Mise à disposition des documents numériques (sur place ou à distance) : <b>accès</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'accès des documents numériques sur place ne peut être développé</li> <li>L'accès des documents numériques à distance sera développé grâce à la mise en ligne de la base de données</li> </ul>
<b>Services périphériques liés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sur place : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ impression</li> <li>✓ photocopie</li> <li>✓ achat</li> </ul> </li> <li>À distance : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ téléchargement</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les services sur place ne peuvent être développés</li> <li>Le service de téléchargement sera développé par la mise en ligne de la base de données</li> </ul>
<b>Services de base 2</b>	
Diffusion d'informations relatives aux documents (sur place) : <ul style="list-style-type: none"> <li>En face-à-face</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service ne peut être développé</li> </ul>
Diffusion d'informations relatives aux documents (à distance) à l'initiative de l'utilisateur : <ul style="list-style-type: none"> <li>par e-mail</li> <li>par téléphone</li> <li>par le site Internet (publications de PB, bibliographies et rapports d'activités)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service sera développé par la création du portail documentaire</li> </ul>
Diffusion d'informations relatives aux documents (à distance) par push : <ul style="list-style-type: none"> <li>par e-mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service peut être développé</li> </ul>
<b>Services périphériques liés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>À distance : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ envoi de la Lettre bimestrielle par courrier papier et par e-mail pour les adhérents à l'association et certains professionnels</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service peut être développé si la liste des bénéficiaires est étendue</li> </ul>
<b>Services de base 3</b>	
Études et recherches documentaires (sur place ou à distance) : <ul style="list-style-type: none"> <li>recherche de références bibliographiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service sera développé sur place et à distance grâce à la mise en ligne de la base de données</li> </ul>
<b>Services périphériques liés</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sur place : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ impression</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ces services ne peuvent être développés</li> </ul>

À distance : ✓ par e-mail	
Études et recherches d'informations (sur place ou à distance) : <ul style="list-style-type: none"> <li>recherche de lieux et de personnes ressources sur le département</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ce service ne peut être développé</li> </ul>
<b>Services périphériques liés</b>  Sur place : <ul style="list-style-type: none"> <li>impression</li> </ul> À distance : <ul style="list-style-type: none"> <li>par e-mail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ces services ne peuvent être développés</li> </ul>
<b>Services de base 4</b>	
Assistance (sur place ou à distance) : <ul style="list-style-type: none"> <li>aide à la recherche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'aide à la recherche sur place ne peut être développée</li> <li>L'aide à la recherche à distance sera développée par la mise en ligne de la base de données</li> </ul>

Pour aller plus loin dans l'évaluation des perspectives de croissance des services à Profession Banlieue, il serait nécessaire de disposer de statistiques sur plusieurs années sur les demandes des usagers pour chaque type de service et se rendre compte s'il y en a qui se distingue des autres par le nombre croissant des demandes.

Selon les statistiques publiées dans les rapports d'activités de Profession Banlieue sur les demandes d'informations documentaires sur place ou à distance, de 2007 à 2009, elles étaient à part égale à distance (e-mail et tél.) et sur place. Cependant en 2010 et 2011, les demandes à distance ont augmenté.

En effet, l'accès à distance aux références bibliographiques et aux documents en PDF en texte intégral représente l'une des possibilités de développement des services documentaires de base proposés.

De plus, se projeter dans l'avenir pour estimer les futures demandes des usagers, nécessite de prendre en compte les activités futures proposées par l'association et leurs thèmes.

## Les produits documentaires du service info-doc de Profession Banlieue

La base de données se développe en fonction des acquisitions régulières de documents (200 à 300 par an) et les bibliographies n'augmentent qu'en fonction des groupes de travail de Profession Banlieue, la demande étant uniquement interne.

Évaluer précisément les perspectives de croissance des services et des produits documentaires d'un petit service info-doc qui assure des offres de service classiques tel que celui de cette association se révèle très difficile.

La part de marché de chaque type de services et de produits par rapport à leur principal concurrent (service de substitution des autres organismes documentaires) (p. 28)

La part de marché de chaque type de services et de produits par rapport à leur principal concurrent représente le quatrième élément à prendre en compte pour analyser l'activité du service info-doc de Profession Banlieue.

## Les services documentaires du service info-doc de Profession Banlieue

Tout d'abord, avant d'analyser la part de marché de chaque type de services par rapport à son principal concurrent, il est nécessaire de connaître la part de marché que représente chaque service proposé par le service info-doc de Profession Banlieue. Pour cela, il faut avoir préalablement repéré les segments du public de ce service et ensuite essayé d'évaluer l'importance de chaque service pour ces segments.

Cependant, même si ces segments ne sont pas encore définis, les services documentaires offerts étant des services de base, ils concernent l'ensemble des segments du public du service info-doc de Profession Banlieue (étudiants en majorité, chercheurs et professionnels de la politique de la ville).

L'évaluation de la part de marché de chaque type de services par rapport à leur principal concurrent se fera dans une analyse complémentaire, étant donné que nous ne disposons d'aucune information actuellement permettant de l'entreprendre et que nous n'avons pas le temps de faire les recherches nécessaires dans le temps qui nous est imparti.

Cette analyse complémentaire évaluera d'abord chaque service documentaire offert par le service info-doc de Profession Banlieue en fonction de son importance chiffrée pour chaque segment de public, puis elle évaluera de la même façon les services documentaires offerts par les autres centres de ressources Politique de la ville en France, concurrents du service de Profession Banlieue. Ensuite, la part de marché de chaque type de services offerts par le service info-doc de Profession Banlieue par rapport à leur concurrent sera calculée en comparant les résultats des deux analyses.

## Les produits documentaires du service info-doc de Profession Banlieue

Les produits documentaires du service info-doc de Profession Banlieue consistent en :

- une base de données qui n'est accessible actuellement qu'aux usagers internes
- des bibliographies, certaines étant accessibles sur le site institutionnel

Les produits documentaires seront analysés de la même façon que les services ci-dessus.

## L'analyse générale de l'offre du service info-doc de Profession Banlieue

Il s'agit de procéder à l'analyse générale de l'offre en reprenant les mêmes critères que pour l'analyse des moyens.

<b>Critères</b>	<b>Le cas de Profession Banlieue</b>
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La palette des services de base offerts actuellement suffit aux usagers</li> <li>• Les produits ne suffisent pas comme le révèlent les résultats de l'enquête et pourraient être développés</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'offre de services est adaptée à la demande des usagers sauf en ce qui concerne les services à distance</li> <li>• L'offre de produits n'est pas complètement adaptée puisque des usagers ont demandé des produits inexistant, comme le révèlent les résultats de l'enquête</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les services à distance se développeront avec la mise en ligne de la base de données et la création du portail documentaire</li> </ul>

*Tableau repris p. 29*

Les offres de service et de produits documentaires suffisent aux usagers, sauf en ce qui concerne les services à distance. Il faudra attendre début 2013, pour que ces derniers soient opérationnels sur le portail documentaire de Profession Banlieue.

## Les offres de service en face-avant (front-office) et en face-arrière (back-office)

Les offres de service dans les services d'information, toutes orientées vers l'utilisateur, se déclinent soit en front-office, soit en back-office.

### L'offre en front-office : le service aux utilisateurs en servuction

Le service à l'utilisateur en front-office fonctionne depuis longtemps avec la participation de l'utilisateur lui-même pour produire le service (« servuction », contraction de « service » et de « production »). Les salles notamment, où les documents sont en libre accès, relèvent, par exemple, de ce phénomène. La « servuction » est très importante pour l'analyse de l'activité des services info-doc. (p. 29)  
La servuction met en relation trois éléments : les moyens matériels ou supports physiques (livres...), le personnel en contact et l'utilisateur. Dans cette configuration, la satisfaction de l'utilisateur est un enjeu majeur.

Il n'existe qu'un service en servuction dans le service info-doc de Profession Banlieue, l'accès aux documents :

- accès libre aux documents papier sur les étagères (les articles dans des boîtes par thématique ou par ville) dans la salle de consultation où est affiché le plan de classement avec lequel les documents ont été cotés
- accès libre aux périodiques sur un présentoir dans la salle où travaillent certains membres de l'équipe dont la documentaliste
- accès à certains PDF sur le site de Profession Banlieue au moyen de l'ordinateur mis à disposition des usagers dans la salle de consultation

En général, sur place, les usagers font leur demande à la chargée du service info-doc qui procède ensuite à une recherche bibliographique dans la base de données, qu'elle imprime ensuite (cote, métadonnées et résumé). Elle indique à l'utilisateur pour les documents papier les cotes sur les étagères selon le plan de classement et l'utilisateur cherche ensuite les documents rangés de façon aléatoire. L'utilisateur consulte sur place les documents et le plus souvent en emprunte.

### Les services en front-office du service info-doc de Profession Banlieue

<b>Les documents mis à la disposition du public</b>	Les documents papier : <ul style="list-style-type: none"> <li>• en libre-accès (plan de classement affiché dans la salle) dans la salle de consultation</li> <li>• sur demande (documents rares)</li> <li>• prêt</li> <li>• achat (des publications de Profession Banlieue)</li> </ul>	Les documents en PDF : <ul style="list-style-type: none"> <li>• uniquement sur demande à la documentaliste</li> <li>• sur le site de Profession Banlieue par l'ordinateur à disposition des usagers pour les PDF des publications de Profession Banlieue, les bibliographies et les rapports d'activités de l'association</li> </ul>
<b>Les informations sont diffusées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Par la documentaliste (sur place)</li> </ul>	
<b>Les recherches d'informations de la part des</b>	Bibliographiques : <ul style="list-style-type: none"> <li>• sur demande à la</li> </ul>	Autres : recherche de lieux et de personnes ressources sur le

<b>usagers externes</b>	documentaliste (pour les PDF obligatoirement)	département <ul style="list-style-type: none"> <li>sur demande à la documentaliste</li> </ul>
<b>L'assistance apportée à l'utilisateur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aide à la recherche</li> </ul>	

Ces offres de service en front-office sont classiques.

## L'analyse de l'offre en front-office du service info-doc de Profession Banlieue

L'analyse devrait vérifier pour chaque séquence du service la cohérence du processus, le résultat de l'activité et la satisfaction de l'utilisateur.

Ici, étant donné le type de prestation (accès aux documents), il est impossible de parler de cohérence du processus ni de résultat de l'activité, mais de satisfaction de l'utilisateur.

Parfois l'utilisateur a du mal à trouver les documents dont il a les références en raison de leur classement. En effet, ils sont classés selon leur numéro de cote, de thématique, mais sans ordre particulier.

## L'offre en back-office : le service interne

Le service interne, où le service n'est pas rendu en direct à l'utilisateur, doit continuer à être considéré en fonction de sa relation avec l'utilisateur. L'activité en back-office doit être nettement orientée vers la satisfaction de l'utilisateur, comme dans le front-office.

Cependant avec le développement d'Internet, il faut considérer ce service interne non seulement dans sa dimension de service de proximité comme cela a toujours été le cas, mais aussi dans sa dimension de service à distance.

## Le back-office de proximité

Les principales activités du back-office de proximité sont regroupées en quatre phases : l'acquisition des documents, le traitement du contenu (indexation...), le stockage et la conservation des documents.

Il est important de connaître la « taille » du service en back-office afin de percevoir s'il n'est pas trop envahissant et s'il est bien orienté vers la satisfaction de l'utilisateur et ne relève pas d'une logique interne.

À Profession Banlieue, le back-office est plus important que le front-office, étant donné que peu d'utilisateurs se présentent.

## Les activités en back-office de proximité du service info-doc de Profession Banlieue

<b>Acquisition des documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisition des périodiques gratuitement ou par abonnement, version papier ou électronique</li> <li>Acquisition de documents par dons (thèses), achat, service de presse ou abonnement</li> </ul>	
<b>Traitement des documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sélection :</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indexation :</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ d'articles dans la presse municipale (papier) et nationale (numérique), dans les périodiques (papier ou numérique), sur des sites</li> <li>✓ d'ouvrages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ saisie des références dans la base de données (sauf pour les articles de la presse municipale et nationale)</li> </ul>
<b>Stockage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des articles en PDF dans la base de données</li> <li>• Des articles photocopiés et des ouvrages dans l'espace de consultation</li> </ul>	
<b>Sauvegarde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selon la durée du cycle de vie des ouvrages (cf. politique d'archivage et de destruction)</li> </ul>	
<b>Diffusion des informations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Par téléphone</li> <li>• Par e-mail</li> <li>• Par le site Internet</li> </ul>	
<b>Recherches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliographiques</li> <li>• Autres recherches :</li> <li>✓ recensement de lieux et de personnes ressources sur le département</li> </ul>	
<b>Production</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliographies</li> </ul>	

Les services en back-office sont bien orientés vers la satisfaction de l'utilisateur et ne relèvent pas d'une logique interne déconnectée des besoins des usagers.

### Le back-office à distance du service info-doc de Profession Banlieue

Les activités de la production en back-office à distance sont les mêmes que pour le back-office de proximité à quelques exceptions près, touchant l'écosystème d'Internet (négociation des droits...). Il s'agit ici de savoir si ce service est efficace et s'il est réactif aux demandes des usagers.

### Les activités en back-office à distance du service info-doc de Profession Banlieue

<b>Acquisition des documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisition de périodiques sous forme électronique par abonnement</li> </ul>	
<b>Traitement des documents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélection : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ d'articles dans la presse nationale (numérique), dans les périodiques numériques, sur des sites</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indexation : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ saisie des références dans la base de données (sauf pour les articles de la presse municipale et nationale)</li> </ul> </li> </ul>

<b>Stockage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des articles en PDF dans la base de données</li> </ul>	
<b>Sauvegarde</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selon la durée du cycle de vie des ouvrages (cf. politique d'archivage et de destruction)</li> </ul>	
<b>Diffusion des informations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Par e-mail</li> <li>• Par PDF</li> <li>• Par le site Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoi de la Lettre bimestrielle par courrier</li> </ul>
<b>Recherches d'informations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherches bibliographiques</li> <li>• Autres recherches : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ recensement de lieux et de personnes ressources sur le département</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Production</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bibliographies</li> </ul>	

À distance, les services en back-office de Profession Banlieue sont efficaces et réactifs en ce qui concerne toutes les recherches bibliographiques ou d'informations. Depuis deux ans, une page Contact a été ajoutée sur le site par laquelle les internautes communiquent avec l'association, notamment pour des besoins en documentation ou la commande des publications de Profession Banlieue. Les usagers l'utilisent comme l'indiquent les rapports d'activités des deux dernières années.<sup>15</sup>

### 2.1.1.3. La gestion : organisation et politique

La gestion représente la troisième et dernière étape de l'analyse interne du service info-doc de Profession Banlieue.

En effet, il faut comprendre maintenant comment les moyens et l'activité analysés précédemment sont réunis et efficaces dans une même entité.

Pour une stratégie efficace, il faut tenir compte des forces et des faiblesses du management du service d'information.

L'analyse de la gestion comprend l'analyse de l'organisation (ses différents rouages, leur pertinence et leur efficacité) et celle de la politique (culture et orientation de la stratégie) à mettre en place.

### L'analyse de la gestion et de la politique du service info-doc de Profession Banlieue

<b>Critères</b>	<b>Le cas de Profession Banlieue</b>
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le service ne comprend qu'une personne qui gère le service et accomplit les tâches documentaires</li> </ul>
Politique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les objectifs fixés : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ travail en réseau</li> </ul> </li> </ul>

<sup>15</sup> Les rapports d'activités de Profession Banlieue (de 2005 à 2010) sont accessibles sur la page d'Accueil du site de l'association, rubrique Activités, sous-rubrique Archives [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

	✓ veille
--	----------

Tableau repris p. 35

L'organisation du service se résume à une seule personne qui le gère efficacement.

La politique de la chargée du service info-doc est la satisfaction des usagers, de pouvoir leur offrir une qualité de service toujours accrue notamment en travaillant en réseau avec d'autres centres de ressources de la politique de la ville en France afin de mutualiser notamment leur veille documentaire.

#### 2.1.1.4. La synthèse de l'analyse interne du service info-doc de Profession Banlieue

Après l'analyse des moyens, de l'activité et de la gestion du service info-doc de Profession Banlieue, il s'agit d'effectuer la synthèse des éléments recueillis afin d'élaborer une stratégie documentaire. Les données concernant les moyens, l'activité et la gestion du service consignées dans différents tableaux ont été synthétisées afin de faire ressortir les principaux atouts et faiblesses du service d'information.

#### Tableau synthétique de l'analyse des moyens du service info-doc de Profession Banlieue

Moyens matériels	Atouts	Faiblesses
<b>Locaux</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>La salle est assez grande pour le nombre d'usagers qui se présentent en même temps</li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>La salle est adaptée à la réception des usagers et à la consultation des documents</li> </ul>	
Évolutivité		<ul style="list-style-type: none"> <li>La salle de consultation ne peut être agrandie</li> </ul>
<b>Mobilier (salle consultation)</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le mobilier est en adéquation avec le nombre d'usagers que peut recevoir cette salle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les étagères ne sont pas en nombre suffisant</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>La salle est dotée d'un accès Internet pour les usagers</li> </ul>	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'évolutivité est envisageable</li> </ul>	
<b>Mobilier (service info-doc)</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il est suffisant</li> </ul>	
Adaptation au service demandé		<ul style="list-style-type: none"> <li>Le présentoir de revues n'est pas à la bonne place</li> </ul>

Évolutivité		<ul style="list-style-type: none"> <li>Le présentoir des revues pourrait être changé de place de façon à être plus visible des usagers</li> </ul>
<b>Informatique (service info-doc)</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il y a assez de matériel informatique : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ un ordinateur pour la professionnelle</li> <li>✓ un autre pour les usagers</li> </ul> </li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivi des progrès informatiques</li> </ul>	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dernières versions des logiciels et des systèmes d'exploitation</li> </ul>	
<b>Fonds documentaire</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>7 500 références bibliographiques</li> </ul>	
Adaptation au service demandé		<ul style="list-style-type: none"> <li>L'affichage du plan de classement est à améliorer</li> <li>Le système de rangement des documents sur les étagères est à améliorer</li> <li>L'accès est restreint pour les PDF. Les usagers y accèdent par la documentaliste ou par le site institutionnel</li> <li>Les PDF sont inaccessibles en texte intégral pour les usagers extérieurs, les références seulement le sont, sauf pour quelques documents produits par Profession Banlieue</li> <li>Il faudrait acquérir plus de thèses universitaires</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il faudrait développer l'acquisition de documents numériques</li> </ul>	
<b>Humains</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elle est suffisante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elle est insuffisante en raison de la charge de travail à certaines périodes</li> </ul>
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>La chargée du service est</li> </ul>	

	compétente	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formation aux nouvelles technologies</li> </ul>	
<b>Financiers</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le budget est suffisant</li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il correspond aux besoins de fonctionnement</li> </ul>	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le budget pour de nouveaux projets est débloqué en général</li> </ul>	

Les moyens matériels sont dans l'ensemble adaptés aux besoins des usagers. Ni les locaux, ni le mobilier, ni les moyens informatiques, ni le personnel ne représentent des faiblesses capables de faire chuter la fréquentation du service info-doc de Profession Banlieue.

Le seul besoin clairement évoqué par les usagers extérieurs dans l'enquête est celui d'accéder à des documents numériques.

Deux tableaux identiques suivent ci-dessous, l'un pour l'activité et l'autre pour l'offre de services.

#### Tableau synthétique de l'analyse des activités du service à Profession Banlieue

Activités	Atouts	Faiblesses
<b>Offres</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les offres de service sont suffisantes pour remplir la mission du service</li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accès libre sur place aux documents papier</li> <li>Impression</li> <li>Photocopie</li> <li>Accès Internet</li> <li>Accès pour les PDF des productions de Profession Banlieue par le site institutionnel (téléchargement) sur place ou non</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'accès n'est pas libre pour les PDF (références, texte intégral par impression). L'utilisateur doit faire appel à la documentaliste</li> </ul>
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>La base de données sera accessible à distance par la création d'un portail documentaire</li> </ul>	
<b>Front-office</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les offres sont suffisantes</li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il s'agit des services documentaires de base</li> </ul>	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elles évolueront avec le</li> </ul>	

	public	
<b>Back-office</b>		
Quantité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elles sont suffisantes</li> </ul>	
Adaptation au service demandé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il s'agit des services documentaires de base</li> </ul>	
Évolutivité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elles évolueront avec le public, les formats de documents, les progrès techniques</li> </ul>	

Les offres de service de la documentation sont des offres classiques, des services de base pour lesquels les usagers sont satisfaits, sauf en ce qui concerne l'accès à distance aux documents.

### Tableau synthétique de l'analyse de la gestion du service info-doc de Profession Banlieue

Gestion	Atouts	Faiblesses
<b>Organisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le service est bien organisé</li> <li>• L'organisation est efficace</li> </ul>	
<b>Politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elle consiste dans la recherche de la satisfaction des usagers</li> <li>• Elle tend vers la mutualisation de certaines tâches avec d'autres centres de ressources</li> </ul>	

L'organisation du service se résume à une personne compétente qui fait fonctionner le service info-doc.

La politique du service est toute entière tournée vers la satisfaction des usagers et ses objectifs tendent à leur donner toujours plus satisfaction (travail en réseau : mise à jour du thésaurus et mutualisation de la veille qui permettra à la chargée du service de libérer du temps pour d'autres tâches).

### Tableau synthétique de l'analyse interne d'un service d'information

À partir des tableaux précédents, a pu être établi celui de la synthèse de l'analyse interne avec ses trois grandes catégories (les moyens, l'activité et la gestion). Il ne reprend que les éléments réellement significatifs de l'analyse, les principaux atouts et faiblesses.

Service info-doc de Profession Banlieue	Atouts	Faiblesses
<b>Moyens</b>		

Matériels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobilier (salle de consultation) :</li> <li>✓ les moyens matériels sont globalement en nombre suffisant et adaptés aux besoins des usagers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locaux :</li> <li>✓ impossibilité d'agrandissement de la salle de consultation</li> <li>• Mobilier (salle de consultation) :</li> <li>✓ nombre des étagères</li> <li>✓ absence du présentoir à revues</li> <li>• Fonds documentaire :</li> <li>✓ affichage du plan de classement qui est peu visible des usagers</li> <li>✓ système de rangement des documents sur les étagères peu clair</li> <li>✓ accès restreint pour les PDF (par documentaliste ou par le site institutionnel seulement)</li> <li>✓ PDF inaccessibles en texte intégral, les références le sont seulement, sauf pour quelques documents produits par l'association</li> <li>✓ manque d'acquisitions de thèses universitaires</li> </ul>
Humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le fait qu'il n'y ait qu'une personne est suffisant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mais parfois le fait qu'il n'y ait qu'une personne est insuffisant</li> </ul>
Financiers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le budget est suffisant pour le fonctionnement du service info-doc</li> </ul>	
<b>Activité</b>		
Offre de services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Début 2013, l'accès aux documents à distance se fera grâce à un portail documentaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuellement l'accès aux documents en PDF (références, texte intégral par impression) ne se fait que par la documentaliste</li> </ul>
Front-office	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les services documentaires classiques sont assurés</li> </ul>	
Back-office	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les services documentaires classiques sont assurés</li> </ul>	
<b>Gestion</b>		
Organisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le service est bien organisé</li> <li>• L'organisation est efficace</li> </ul>	
Politique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elle consiste dans la recherche de la satisfaction des usagers</li> <li>• Elle tend vers la mutualisation de certaines tâches avec d'autres centres de ressources</li> </ul>	

L'analyse interne du service info-doc ne démontre aucune anomalie empêchant son bon fonctionnement.

En effet, les moyens matériels montrent des faiblesses de peu d'ampleur. Les offres de service sont adaptées aux besoins basiques des usagers, sauf en ce qui concerne l'accès aux documents à distance. Ce problème sera en partie résolu avec la mise en ligne du portail documentaire début janvier 2013. Enfin, la gestion du service est efficace.

## 2.1.2. L'analyse du public

Cette analyse est la deuxième étape pour établir le diagnostic marketing nécessaire à l'élaboration de la stratégie qui conviendra à la valorisation du service info-doc de Profession Banlieue. Elle est essentielle dans l'approche marketing, car c'est en grande partie en fonction des besoins et des attentes des usagers que se définiront les offres documentaires.

### L'analyse qualitative du public dans son ensemble

La connaissance du public est primordiale, car c'est grâce à elle que seront proposées des offres de service en adéquation avec la demande des usagers et avec leur comportement face à l'information et à la connaissance.

Le marché ou le public n'étant pas homogène, l'analyse portera sur des segments de ce marché définis en fonction de critères qui permettront de dégager des éléments communs à un certain nombre d'usagers.

Trois cas de figures existent en fonction de la finalité du besoin d'information de l'utilisateur, et nous retiendrons celui qui s'applique au besoin d'information de l'utilisateur dans son cadre professionnel (« documentaire »), ce qui correspond au cas de Profession Banlieue.

En général, les services d'information mènent des enquêtes auprès de leurs usagers afin d'évaluer la façon dont ils utilisent les services offerts ou leur degré de satisfaction de ces services<sup>16</sup>. Mais dans l'approche marketing, on procède à une enquête des besoins qui « cherche à déterminer les modes de fonctionnement et de comportement du public par rapport à l'information. » (p. 41)

Pour segmenter le public, il est nécessaire de mener une analyse qualitative approfondie et ce selon trois dimensions : sociologique (identité de l'utilisateur, de sa culture personnelle et professionnelle), informationnelle (besoins de l'utilisateur par rapport à la culture, à la connaissance ou à l'information) et comportementale (pratiques documentaires individuelles ou collectives).

Là encore « l'objectif est d'identifier les caractéristiques les plus explicatives du comportement et des pratiques documentaires, dans le but de mieux définir ensuite les axes d'adaptation de l'offre de services. » (p. 42)

Même si dans une approche marketing, l'analyse du public ne devrait concerner que les usagers externes, puisque l'objectif est de gagner la plus grande part de marché, dans le cas de Profession Banlieue, nous prendrons en compte également les usagers internes, afin de mieux répondre à leurs attentes documentaires, qui devraient correspondre à celles d'autres professionnels de la politique de la ville.

#### 2.1.2.1. Les critères d'analyse du public

Afin d'analyser le public et de le segmenter, nous avons eu recours à trois types de critères : sociologiques, informationnels et comportementaux.

La première analyse se base sur les critères sociologiques.

---

<sup>16</sup> Se reporter annexe n° 3 Les conclusions de l'enquête p. 114.



## Les critères sociologiques adaptés au public du service info-doc de Profession Banlieue

### Le public du service info-doc de Profession Banlieue : usagers internes et externes

#### *Les usagers internes*

Ils sont au nombre de trois : la directrice, la directrice-adjointe et la chargée de mission.

Grâce à des entretiens semi-directifs individuels de ces usagers, nous avons pu établir le tableau ci-dessous.

Identité	Modes de travail
Directrice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature du travail :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ gestion de l'association</li> <li>✓ représentation de l'association</li> <li>✓ responsabilité envers les membres du conseil d'administration</li> </ul> </li> <li>• Rythmes de travail : très soutenus</li> <li>• Contraintes spécifiques dans l'activité (délais, productivité...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ multiplicité des tâches</li> <li>✓ réactivité</li> <li>✓ rapidité</li> </ul> </li> <li>• Modalités d'intervention (projets, tâches...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ mise en place de projets</li> <li>✓ suivi de l'évolution des différentes instances de travail</li> <li>✓ prises de parole lors de réunions publiques</li> <li>✓ préparation de ces prises de parole</li> </ul> </li> <li>• Raisons de la recherche d'informations dans l'activité (décision, gestion de dossier...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ décision</li> <li>✓ prises de parole lors de réunions publiques</li> <li>✓ suivi de l'actualité de la politique de la ville...</li> </ul> </li> <li>• Travail nomade</li> </ul>
Directrice-adjointe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature du travail :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ préparation d'instances de travail</li> <li>✓ animation de ces instances</li> <li>✓ travail administratif</li> <li>✓ RH</li> </ul> </li> <li>• Rythmes de travail : soutenus</li> <li>• Contraintes spécifiques dans l'activité (délais, productivité...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ multitâches</li> <li>✓ rapidité</li> </ul> </li> <li>• Modalités d'intervention (projets, tâches...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ par projets pour les instances de travail</li> <li>✓ par tâches dans d'autres domaines</li> </ul> </li> <li>• Raisons de la recherche d'informations dans l'activité (décision, gestion de dossier...) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ gestion de projets (préparation d'instances de travail, c'est-à-dire recherche d'intervenants et d'animateurs)</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Travail plutôt sédentaire</li> </ul>
Chargée de mission	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature du travail : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rédaction</li> <li>✓ animation d'instances de travail,</li> <li>✓ recherche de sujets pour certaines instances de travail</li> </ul> </li> <li>• Rythmes de travail : soutenus</li> <li>• Contraintes spécifiques dans l'activité (délais, productivité...) : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rapidité</li> <li>✓ réactivité</li> </ul> </li> <li>• Modalités d'intervention (projets, tâches...) : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ par projets pour certaines instances de travail</li> <li>✓ par tâches</li> </ul> </li> <li>• Raisons de la recherche d'informations dans l'activité (décision, gestion de dossier...) : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ gestion de projets</li> <li>✓ recherche de sujets pour certaines instances de travail et de lieux ressources</li> <li>✓ travail plutôt sédentaire</li> </ul> </li> </ul>

Les trois personnes travaillent dans une certaine urgence, ayant plusieurs tâches et projets à mener en même temps, ce qui demande rapidité dans l'exécution du travail et réactivité.

Toutes les trois travaillent, à des degrés divers, à la mise en place des instances de travail, à leur suivi, à leur animation, au contrôle de leur bon déroulement et aux publications qui découlent de ces instances<sup>17</sup>.

La directrice-adjointe et la chargée de mission font beaucoup de recherches pour mener à bien leur travail.

#### *Les usagers externes*

Avec l'enquête menée avant l'élaboration du cahier des charges fonctionnel destiné à la mise en ligne de la base de données documentaire, nous avons obtenu des détails sur l'identité des usagers externes.

Les plus nombreux parmi ceux qui ont répondu au questionnaire sont des professionnels issus des services municipaux ou de structures publiques intercommunales, puis, dans un ordre décroissant, ils sont issus d'associations, de services de l'État ou du Conseil général.

Ensuite ce sont des étudiants, des consultants, des professeurs d'université et des journalistes (ces derniers sont, en général, renseignés par la directrice de Profession Banlieue et non par le service info-doc).

Tous ne sont pas spécialisés dans la politique de la ville : les professionnels des villes et des associations le sont dans leur grande majorité ; les étudiants, les chercheurs, les professeurs d'université, les consultants et les journalistes ne le sont pas dans leur majorité.

Cet ordre décroissant ne reflète pas la réalité de la fréquentation du service info-doc de l'association, car en réalité, comme le prouvent les statistiques des rapports d'activités de l'association<sup>18</sup>, ce sont les étudiants et les professionnels des villes ou d'associations qui fréquentent le plus le service info-doc<sup>19</sup>.

Ces informations n'étant que très partielles, nous n'avons pu remplir que la partie sur l'identité dans le tableau. Afin d'avoir des données sur les modes de travail de ces usagers, une enquête s'impose en reprenant les différents points évoqués dans le tableau ci-dessus.

<sup>17</sup> Se reporter à l'annexe n° 7 Liste des publications de profession Banlieue p. 143.

<sup>18</sup> Se reporter à l'annexe n° 8 Tableau de la fréquence de la fréquentation des usagers du service info-doc de Profession Banlieue p. 144.

<sup>19</sup> Se reporter à l'annexe n° 9 Statistiques du rapport d'activités de Profession Banlieue p. 146.

## Les critères informationnels en général

La deuxième analyse du public se base sur les critères informationnels. Il s'agit de repérer non seulement les besoins des usagers en information, mais aussi les conditions et les circonstances de l'usage de cette information.

Critères informationnels	Thèmes
<b>Nature de l'information (contenu)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Type d'information utilisée : IST, économique, juridique...</li> <li>• Type de contenus mobilisés (théorie, retours d'expérience, opinions, actualité...)</li> <li>• Information brute ou élaborée</li> <li>• Champs documentaires</li> <li>• Types de documents</li> <li>• Part entre informations internes et externes</li> <li>• Place de l'information d'actualité</li> </ul>
<b>Conditions d'usage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poids de l'information dans l'activité</li> <li>• Usage régulier ou occasionnel</li> <li>• Degré d'urgence de l'accès à l'information</li> <li>• Importance de la validité de l'information</li> <li>• Importance de l'exhaustivité de l'information</li> <li>• Raisons de l'usage (validation, complément, mise à niveau, ouverture...)</li> <li>• Nature des sources</li> <li>• Critères de choix des sources (proximité, facilité d'usage, fiabilité...)</li> <li>• Degré de connaissance et de contact avec les sources</li> <li>• Situations génératrices de besoin d'information</li> </ul>

## Les critères informationnels adaptés au public du service info-doc de Profession Banlieue

### Le public du service de Profession Banlieue : usagers internes et externes

#### *Les usagers internes*

Les entretiens semi-directifs menés auprès de la directrice, de la directrice-adjointe et de la chargée de mission sur leur rapport à l'information ont apporté quelques éléments de réponses répartis sous forme de tableau.

Usagers internes	Critères informationnels	Thèmes
La directrice	Nature de l'information (contenu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information élaborée</li> <li>• Champs documentaires : thématiques de la politique de la ville</li> <li>• Part entre informations internes et externes : ✓ demande à la directrice-adjointe des informations sur des personnes ressources, en</li> </ul>

		face-à-face
	Conditions d'usage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usage : régulier</li> <li>• Importance de la validité de l'information</li> <li>• Nature des sources : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ numériques</li> <li>✓ jamais les blogs</li> </ul> </li> <li>• Critères de choix des sources numériques : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ fiabilité</li> </ul> </li> <li>• Degré de connaissance et de contact avec les sources numériques: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ se fie aux sites pour déterminer la fiabilité des informations qu'ils contiennent</li> <li>✓ consulte certains sites en particulier</li> <li>✓ recherche les informations (par pull)</li> </ul> </li> </ul>
La directrice-adjointe	Nature de l'information (contenu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Champs documentaires : thématiques de la politique de la ville choisies par Profession Banlieue</li> <li>• Part entre informations internes et externes : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ demande à la directrice des informations sur des personnes ressources, en face-à-face</li> </ul> </li> <li>• Personnes ressources</li> </ul>
	Conditions d'usage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poids de l'information dans l'activité : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ important</li> </ul> </li> <li>• Usage régulier</li> <li>• Importance de la validité de l'information</li> <li>• Raisons de l'usage : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ acquisition de connaissances</li> <li>✓ complément d'information</li> </ul> </li> <li>• Situations génératrices de besoin d'information : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ nouveaux cycles d'instances de travail</li> <li>✓ découverte de personnes ressources</li> </ul> </li> </ul>
La chargée de mission	Nature de l'information (contenu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poids de l'information dans l'activité : important</li> <li>• Champs documentaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ thématiques de la politique de la ville</li> </ul> </li> <li>• Part entre informations internes et externes : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ volume des informations externes plus important</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume des informations internes : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ demande aux autres membres de l'équipe des informations sur des personnes ressources, en face-à-face</li> </ul> </li> <li>• Degré d'urgence de l'accès à l'information : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ besoin rapide d'accès à l'information</li> </ul> </li> <li>• Place de l'information d'actualité : importante</li> <li>• Information : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ directe</li> <li>✓ rapide</li> <li>✓ traitée</li> </ul> </li> </ul>
	Conditions d'usage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usage régulier</li> <li>• Importance de la validité de l'information</li> <li>• Raisons de l'usage : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ découverte de sujets</li> <li>✓ complément d'informations</li> </ul> </li> <li>• Degré de connaissance et de contact avec les sources : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ sites particuliers</li> </ul> </li> <li>• Situations génératrices de besoin d'info : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ découverte de sujets et rédaction pour certaines instances de travail</li> <li>✓ découverte de personnes ressources</li> </ul> </li> </ul>

Les trois personnes interviewées en interne recherchent la majorité de leurs informations plutôt par Internet qu'elles manient plus ou moins bien. Cependant, beaucoup d'informations passent de personne à personne à n'importe quel moment ou à l'occasion des réunions hebdomadaires de l'équipe.

Les informations recherchées concernent des documents sur les thématiques choisies en fonction de la mission de Profession Banlieue, ou des lieux et des personnes ressources pour animer des instances de travail.

Les recherches d'informations sont quotidiennes, régulières et représentent une part importante du travail fourni.

En général, les personnes interviewées ont besoin de trouver rapidement les informations qui les intéressent.

#### *Les usagers externes*

Les rapports d'activités ne contiennent pas de statistiques ni sur la nature de l'information ni sur ses conditions d'usage par ces usagers.

Quoique les auteurs du manuel de marketing documentaire, dont nous suivons les différentes phases afin d'obtenir un diagnostic sur le service info-doc de Profession Banlieue, nous invitent à trouver des informations sur les caractéristiques informationnels des usagers dans la littérature professionnelle, nous préférons recourir à une enquête auprès des usagers.

En effet, afin d'en savoir plus sur la nature de l'information nécessaire à ces usagers (étudiants, chercheurs, professionnels des villes, d'associations, consultants, professeurs d'université et journalistes) et sur la façon dont ils l'utilisent, il faudrait enquêter auprès d'eux sur ces différents points.

## Les critères comportementaux adaptés au public du service info-doc de Profession Banlieue

La troisième et dernière analyse du public se base sur les critères comportementaux. Il s'agit ici d'étudier les comportements de recherche et de traitement de l'information, et les pratiques documentaires du public, sa connaissance des outils et des dispositifs informationnels, et son usage du service d'information.

### Tableau des critères comportementaux adaptés au public de Profession Banlieue

#### Le public du service de Profession Banlieue : usagers internes et externes

##### *Les usagers internes*

Les entretiens semi-directifs menés auprès de la directrice, de la directrice-adjointe et de la chargée de mission sur leur rapport à l'information ont apporté quelques éléments de réponses que nous avons reportés dans le tableau ci-dessous.

Usagers	Critères comportementaux	Thèmes
La directrice	Pratiques documentaires personnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sources d'information consultées :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ sites choisis</li> </ul> </li> <li>• Modes personnels de traitement de l'info :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ téléchargement des documents</li> </ul> </li> <li>• Organisation documentaire personnelle :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ constitue des dossiers et des sous-dossiers sur le bureau de son ordinateur (code couleur pour indiquer s'il y a du travail à faire ou non, par ex., par instances de travail plutôt que par thématiques)</li> </ul> </li> <li>• Degré et durées d'utilisation :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ durée longue car constitue des archives</li> </ul> </li> </ul>
	Culture et compétences informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degré de connaissance des outils (TIC) :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ excellente</li> </ul> </li> <li>• Part des recherches menées personnellement :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ majoritaire</li> </ul> </li> <li>• Degré d'autonomie :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ très autonome</li> </ul> </li> </ul>
	Usages du service d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Types de documents consultés :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ouvrages, articles...</li> </ul> </li> <li>• Support des documents :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ papier</li> </ul> </li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services utilisés :</li> <li>✓ recherche d'informations par la chargée du service info-doc</li> <li>✓ échange d'informations avec le service info-doc</li> </ul>
La directrice-adjointe	Pratiques documentaires personnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sources d'information consultées :</li> <li>✓ Internet</li> <li>✓ des personnes (la directrice, en face-à-face, quand il s'agit de trouver des personnes ressources)</li> <li>✓ papier</li> <li>• Modes personnels de traitement de l'information :</li> <li>✓ téléchargement des documents</li> <li>✓ impression des documents</li> <li>• Organisation documentaire personnelle :</li> <li>✓ constitue des dossiers par thèmes sur son bureau d'ordinateur</li> <li>✓ constitue des dossiers par thèmes sur support papier</li> <li>• Degré et durées d'utilisation :</li> <li>✓ durée longue, car elle constitue des archives</li> </ul>
	Culture et compétences informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degré de connaissance des outils (TIC) :</li> <li>✓ un certain degré de connaissance</li> <li>• Part des recherches menées personnellement :</li> <li>✓ importante</li> <li>• Autonomie relative</li> </ul>
	Usages du service d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Types de documents consultés :</li> <li>✓ ouvrages, articles...</li> <li>• Support des documents :</li> <li>✓ papier</li> <li>• Services utilisés :</li> <li>✓ fait appel à la chargée du service info-doc pour :</li> <li>❖ élaborer des bibliographies en fonction des thèmes de certaines instances de travail</li> <li>❖ connaître les dernières statistiques</li> <li>❖ rechercher des informations</li> <li>✓ push d'informations par le service info-doc</li> <li>✓ échange d'informations avec le service info-doc</li> </ul>

La chargée de mission	Pratiques documentaires personnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sources d'information consultées : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Internet (moteur de recherche Google par mots-clés)</li> <li>✓ sites précis (centres de ressources en politique de la ville...)</li> <li>✓ presse</li> <li>✓ des personnes (la directrice et la directrice-adjointe)</li> </ul> </li> <li>• Modes personnels de traitement de l'information : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ téléchargement des documents</li> <li>✓ impression des documents</li> </ul> </li> <li>• Organisation documentaire personnelle : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ constitue des fichiers thématiques sur le bureau de son ordinateur</li> <li>✓ constitue des dossiers papier par thématiques</li> </ul> </li> </ul>
	Culture et compétences informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Degré de connaissance des outils (TIC) : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ bonne connaissance des TIC (génération Y)</li> </ul> </li> <li>• Part des recherches menées personnellement : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ importante</li> </ul> </li> <li>• Degré d'autonomie : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ très autonome</li> </ul> </li> </ul>
	Usages du service d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services utilisés : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ la recherche d'informations par la chargée du service info-doc</li> <li>✓ push d'information par le service info-doc</li> </ul> </li> </ul>

Nous pouvons déduire des informations fournies par le tableau ci-dessus, que parmi les pratiques documentaires personnelles, les sources documentaires sont :

- les sources numériques surtout, mais aussi sur support papier, souvent pour un confort de lecture (même la personne de la génération Y)
- les personnes ressources de l'équipe (la directrice et la directrice-adjointe), qui représentent la « mémoire » de l'association, pour un gain de temps
- les échanges d'informations avec le service info-doc
- les informations qui circulent beaucoup oralement étant donné la configuration de l'espace de travail dans l'association et les réunions hebdomadaires de l'équipe

En ce qui concerne la culture et les compétences informationnelles, nous observons que :

- les usagers internes sont globalement autonomes dans leurs recherches d'informations

Pour les usages du service d'information par les usagers internes, nous remarquons que :

- généralement, ces usagers font peu appel au service info-doc. Ils le font après des recherches personnelles infructueuses, sauf quand ils demandent un produit documentaire comme une bibliographie, par exemple
- ils n'utilisent pas la base de données documentaire, car elle n'est consultable que par le poste



- de la chargée du service info-doc, ce qui est un frein
- ils utilisent les informations que la chargée du service info-doc, qui assure la veille sur les thématiques de l'association, leur transmet en push selon les thématiques de travail de chacun

Enfin, en ce qui concerne les usages du fonds documentaire, nous notons que :

- ils utilisent peu le fonds qui est à majorité sur support papier

#### *Les usagers externes*

Nous n'avons pas créé de tableau pour les critères comportementaux des usagers externes étant donné le peu d'informations disponibles. Nous avons seulement repris les deux critères pour lesquels nous avons des éléments.

#### **Le premier critère : les usages du service d'information**

Les rapports d'activités rapportent des informations sur les services utilisés de proximité ou à distance :

- les pourcentages de demandes annuelles bibliographiques ou informationnelles (personnes et lieux ressources du département) confondues, sur place et à distance (e-mail, téléphone ou par le site) et les pourcentages des documents empruntés<sup>20</sup>

L'enquête menée avant la rédaction du cahier des charges a également apporté des éléments de réponse sur les services utilisés de proximité ou à distance :

- la consultation de documents (45%)
- l'emprunt (16%)
- l'achat (1%)

#### **Le second critère : les modes personnels de traitement de l'information**

L'enquête a apporté des éléments de réponse quand les usagers ont répondu à la question sur leurs usages des résultats de leur recherche (impression, extraction...)<sup>21</sup>.

#### **L'analyse quantitative du public externe du service info-doc de Profession Banlieue**

Elle est nécessaire pour connaître le taux de pénétration du marché (rayonnement du service).

Le volume du public sera repris dans le tableau de synthèse des critères d'analyse du public, qui met en valeur les caractéristiques les plus importantes et les plus sensibles du public.

Les rapports d'activités donnent des indications sur le nombre de demandes d'informations par an par les usagers (113 en 2010 et 101 en 2011), ce qui correspond au nombre d'usagers du service info-doc de Profession Banlieue<sup>22</sup>. Cela prouve, par exemple, qu'en 2010 113 personnes ont contacté le service info-doc de l'association et 101 en 2011.

Les rapports d'activités donnent également le nombre annuel de consultations du site qui ne cesse de progresser en 2010 par rapport à 2009 et en 2011 par rapport à 2010, et le nombre de consultations mensuelles. Mais le nombre de consultations ne signifie pas grand-chose, car une même personne peut se connecter sur le site plusieurs fois, ce qui augmente le nombre de visites sur le site, mais non le nombre effectif d'usagers.

De plus, nous ignorons le nombre de personnes ayant eu recours aux documents en ligne (publications de Profession Banlieue, bibliographies...), cette donnée aurait permis de mesurer l'intérêt pour les usagers des recherches documentaires en ligne.

En conclusion, nous pouvons affirmer que le volume du public actuel est d'une centaine de personnes

<sup>20</sup> Se reporter à l'annexe n° 9 Statistiques du rapport d'activités de Profession Banlieue p. 146.

<sup>21</sup> Se reporter à l'annexe n° 3 Les conclusions de l'enquête p. 114.

<sup>22</sup> Les rapports d'activités de Profession Banlieue (de 2005 à 2010) sont accessibles sur la page d'Accueil du site de l'association, rubrique Activités, sous-rubrique Archives [www.professionbanlieue.org](http://www.professionbanlieue.org)

pour les deux dernières années avec une petite chute de ce nombre pour l'année 2011. Avant de donner les volumes du public potentiel et des non-utilisateurs relatifs, il faudrait les identifier. Le public non-utilisateurs relatifs (ni ne connaissent ni n'utilisent le service info-doc) ou le public potentiel (connaît le service mais ne l'utilise pas) de Profession Banlieue est constitué :

- des professionnels des villes ou des associations qui fréquentent les instances de travail de Profession Banlieue
- des étudiants de certains départements universitaires

Une fois identifiés, afin de connaître leur volume, il faudrait, pour les premiers, dénombrer les participants aux instances de travail, puis retrancher ceux qui utilisent déjà les services info-doc de l'association.

Pour les seconds, il serait nécessaire de connaître le nombre total d'étudiants des départements concernés et procéder également à une soustraction.

### 2.1.2.2. La synthèse de l'analyse des caractéristiques du public du service info-doc de Profession Banlieue

Les critères d'analyse des tableaux précédents sont synthétisés dans le tableau ci-dessous, en ne retenant que les caractéristiques les plus importantes des usagers. Deux tableaux ont ainsi été créés, l'un concernant les usagers internes et l'autre, les usagers externes.

#### Les usagers internes

<b>Dimensions de l'analyse</b>	<b>Caractéristiques clés des utilisateurs internes du service info-doc de Profession Banlieue</b>
Caractéristiques sociologiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des métiers, fonctions, secteurs d'activité :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ professionnels d'une association dans le domaine de la politique de la ville</li> </ul> </li> <li>• Conditions et méthodes de travail :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ par projet</li> <li>✓ par tâche</li> </ul> </li> <li>• Enjeux et contraintes spécifiques :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ rapidité</li> <li>✓ multifonction</li> </ul> </li> </ul>
Caractéristiques informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poids de l'information dans l'activité : essentiel</li> <li>• Fréquence et urgence du besoin d'information :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ fréquence importante</li> <li>✓ certaine urgence</li> </ul> </li> <li>• Nature du traitement de l'information nécessaire :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ téléchargement</li> <li>✓ impression</li> <li>✓ extraction</li> </ul> </li> </ul>
Caractéristiques comportementales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principaux usages du service d'information peu sollicité :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ demandes bibliographiques ou informationnelles (personnes et lieux ressources du département)</li> </ul> </li> </ul>
Volume du public (actuel, potentiel, des non-utilisateurs relatifs)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume du public actuel :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ trois personnes</li> </ul> </li> </ul>

Cette synthèse concerne des professionnels d'une association spécialisée dans la politique de la ville, soumis à un rythme rapide de travail et à une recherche quasi constante d'informations qu'ils mènent de manière générale de façon autonome, pour travailler à divers projets en même temps.

*Les usagers externes*

Nous pouvons déjà donner des informations sur les différentes caractéristiques, mais afin de compléter cette synthèse, une enquête auprès des usagers externes est à prévoir.

<b>Dimensions de l'analyse</b>	<b>Caractéristiques clés des utilisateurs externes du service info-doc de Profession Banlieue</b>
Caractéristiques sociologiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des métiers, fonctions, secteurs d'activité :</li> <li>✓ étudiants</li> <li>✓ chercheurs</li> <li>✓ professionnels des villes, de l'intercommunalité, des services départementaux, de l'État</li> <li>✓ professionnels des associations</li> <li>✓ consultants</li> <li>✓ journalistes</li> <li>✓ professeurs d'université</li> </ul>
Caractéristiques informationnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature du traitement de l'information nécessaire :</li> <li>✓ téléchargement</li> <li>✓ impression</li> <li>✓ extraction</li> <li>✓ achat</li> </ul>
Caractéristiques comportementales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principaux usages du service d'information :</li> <li>✓ demandes bibliographiques ou informationnelles (personnes et lieux ressources du département) sur place et à distance</li> <li>✓ consultation des documents sur place</li> <li>✓ emprunts</li> </ul>
Volume du public (actuel, potentiel, des non-usagers relatifs)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume du public actuel :</li> <li>✓ 100 personnes pour 2010 et 2011</li> </ul>

Ce qu'il faut retenir du tableau ci-dessus, c'est que les usagers externes du service info-doc de Profession Banlieue sont en majorité des étudiants et des professionnels des villes ou d'associations et qu'ils représentent une centaine de personnes par an.

Les informations sur leurs besoins informationnels et leurs comportements face à l'information sont biaisées parce qu'elles ne reflètent pas ces besoins et ces comportements en d'autres circonstances que celles données par le service info-doc de Profession Banlieue. En effet, nous ignorons comment ils réagissent dans d'autres centres documentaires, devant d'autres offres de services et de produits documentaires.

L'analyse du public selon les trois critères évoqués ci-dessus avait pour but d'obtenir une connaissance fine des usagers du service info-doc de Profession Banlieue. Elle a pour second objectif « d'identifier les critères pertinents pour déterminer les segments du public ». (p .40)

### 2.1.2.3. La segmentation du public

La segmentation du public est nécessaire si le service d'information veut satisfaire les besoins de ses usagers. Il n'existe pas d'usager moyen, mais des usagers aux besoins spécifiques. Donc pour les satisfaire au mieux, il faut diversifier les offres de service en fonction des demandes différenciées. Il s'agit d'apporter le même niveau de service, mais pas le même service à tous les usagers.

Comment définir des profils d'utilisateurs ? « Construire la segmentation de son public consiste (...) à identifier des associations cohérentes de critères, récurrentes chez un nombre significatif d'individus, permettant de dresser un portrait de l'utilisateur type dans ce profil. » (p. 56)

La segmentation se fait à partir de critères significatifs de l'identité, des besoins et des comportements du public. Elle s'élabore en fonction des axes de réflexion pertinents pour le service d'information, qui vont amener à distinguer des types d'utilisateurs auxquels seront proposées des offres de service spécifiques.

Les segments sont construits par l'analyse. Les mêmes éléments n'auront pas toujours valeur de critère de segmentation dans tous les cas.

« La segmentation est basée sur l'idée que l'individu se conforme à des comportements de consommation relativement stables et homogènes (...) » (p. 116)

Deux à quatre niveaux de critères suffisent pour aboutir à une segmentation pertinente et opérationnelle.

## Critères de segmentation appliqués au public du service info-doc de Profession Banlieue

La segmentation du public n'est pas toujours pertinente notamment dans des contextes de petites structures au public restreint ou assez homogène, ce qui est le cas de Profession Banlieue.

En effet, étant donné la spécialisation de l'association dans le domaine de la politique de la ville et en particulier en Seine-Saint-Denis, les usagers de son fonds documentaire cherchent sans doute des informations spécialement dans ce domaine et en conséquence ce public est homogène et présente les mêmes besoins en contenu.

Cependant, il faut distinguer parmi les usagers externes à l'association, sur la base du critère identitaire, des étudiants, des chercheurs, des professionnels de villes et d'associations, des consultants, des journalistes et des professeurs d'université.

Les étudiants et les chercheurs partagent a priori les mêmes besoins d'informations, comme cela est démontré notamment par le fait qu'ils sont les seuls à s'intéresser aux articles de presse par thématiques et par villes de Seine-Saint-Denis, qui représentent d'ailleurs la richesse et l'originalité du fonds documentaire de Profession Banlieue. Il est envisageable qu'ils ne forment qu'un seul segment. De plus, les étudiants et les chercheurs ne sont pas forcément intéressés par l'actualité comme peuvent l'être les professionnels. Les étudiants ont peut-être plus besoin d'informations brutes, besoin de lire les dernières thèses...

De même il est envisageable que les professionnels forment un groupe homogène, aux mêmes besoins.

Pour les consultants, les journalistes et les professeurs d'université, il est difficile de l'envisager et il est nécessaire d'obtenir les résultats d'une nouvelle enquête pour le savoir.

Dans tous les cas, il est indispensable de mener une enquête sur les caractéristiques informationnelles et comportementales des usagers externes, afin de non pas chercher d'autres segments de public, mais d'être au plus près de leurs besoins documentaires.

Possédant des informations sur l'identité des usagers externes du service info-doc de Profession Banlieue, il est possible de remplir la case des caractéristiques sociologiques dans le tableau ci-dessous. Les autres cases ne comportent que des critères généraux qui seront adaptés au public du service info-doc de Profession Banlieue dans un travail complémentaire.

Dimensions	Critères de segmentation
Caractéristiques sociologiques adaptées au public du service info-doc de Profession Banlieue	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisateurs internes/externes</li> <li>• Étudiants-chercheurs/professionnels de la ville/consultants/journalistes/professeurs d'université</li> <li>• Public sur place/à distance</li> </ul>
Caractéristiques informationnelles générales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Types d'information</li> <li>• Usages de l'information</li> <li>• Information de base, spécialisée...</li> <li>• Information brute, traitée</li> <li>• Degré d'urgence dans l'accès de l'information</li> </ul>
Caractéristiques comportementales générales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sources d'informations privilégiées</li> <li>• Perception des NTIC</li> <li>• Autonome, assisté</li> <li>• Actif, passif</li> <li>• Volume de consommation d'information</li> <li>• Pressé, pas pressé</li> <li>• Situations d'usage</li> <li>• Importance de la qualité de service : rapidité, accessibilité, facilité d'usage, à proximité ou à distance...</li> </ul>

Pour pouvoir remplir les autres cases du tableau ci-dessus, nous avons besoin du résultat d'une enquête sur les caractéristiques informationnelles et comportementales des usagers externes. L'enquête représente l'un des moyens les plus appropriés pour obtenir des informations sur le public des services info-doc.

#### 2.1.2.4. Les méthodes d'investigation du public

« (...) L'analyse du public mobilise les techniques traditionnellement utilisées dans les études de marché ou encore dans les études sociologiques. » (p. 62)

Pour que les investigations soient un succès, il ne faut pas confondre l'étude de besoin, et d'une part l'étude d'usage et d'autre part l'enquête de satisfaction.

« (...) L'enquête de besoin ne vise pas à questionner l'utilisateur sur ses préférences en matière de prestations de service (...) ou tout du moins pas exclusivement sur ce point, mais à l'interroger sur ses modes individuels, ou professionnels, d'utilisation de l'information. » (p. 62)

En effet, les services à mettre en place ou leur modalité reviennent à l'initiative du service d'information.

Autre mise en garde sur la difficulté des investigations sur les usagers, celle de la qualité des résultats : « La qualité des résultats d'une enquête dépendra de la qualité de la préparation et de la passation de l'enquête. » (p. 63)

Selon « une méthodologie éprouvée » (p. 63), voici les phases clés à ne pas omettre pour qu'une enquête soit réussie :

- la définition des objectifs de l'enquête. « La règle en la matière est de n'avoir qu'un objectif. » (p. 63)
- la pré-enquête définit des hypothèses, validées ou non par l'enquête
- le choix de la méthodologie d'enquête (les modalités les plus classiques : les réunions de groupe, l'observation et le sondage). L'entretien semi-directif est la méthode la plus intéressante. [3, Muet]

D'autres approches sont possibles et même peuvent être combinées. C'est le « croisement des sources d'information » qui garantit le succès des enquêtes.

Sans oublier :

- la définition de l'échantillon

- l'élaboration du questionnaire
- le test du questionnaire
- le recueil des données
- la saisie et le traitement des données (en particulier, il est important que « les principes d'analyse des données soient définis en même temps que la conception du questionnaire ou du protocole. »)
- l'analyse des données (p. 65)

#### 2.1.2.5. L'analyse synthétique globale du public du service info-doc de Profession Banlieue

Dans le tableau ci-dessous, nous reprenons les caractéristiques du public telles qu'elles ont été décrites dans les tableaux précédents, mais en les distribuant par segment.

Tableau synthétique descriptif des segments d'utilisateurs du service info-doc de Profession Banlieue préalable à l'analyse du public proprement dite

	<b>Segment 1</b>	<b>Segment 2</b>	<b>Segment 3</b>	<b>Segment 4</b>
<b>Caractéristiques sociologiques</b>	<b>Utilisateurs internes : professionnels</b>	<b>Utilisateurs externes : étudiants/ chercheurs</b>	<b>Utilisateurs externes : professionnels</b>	<b>Utilisateurs externes : consultants/ journalistes/ professeurs d'université</b>
<b>Caractéristiques informationnelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les informations sont essentielles dans l'activité</li> <li>• Ils ont fréquemment besoin d'informations</li> <li>• Ils ont besoin d'informations rapidement</li> <li>• Ils traitent l'information par : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ téléchargement</li> <li>✓ impression</li> <li>✓ extraction</li> </ul> </li> <li>• Ils n'ont pas souvent recours aux services info-doc</li> </ul>			
<b>Caractéristiques comportementales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils se servent surtout d'Internet</li> <li>• Ils sont autonomes dans leurs recherches</li> <li>• Ils sont pressés</li> </ul>			
<b>Public actuel</b>		29 étudiants (en 2011)	28 professionnels des villes 14 professionnels d'associations (en 2011)	
<b>Public potentiel</b>		Oui	Oui	Oui
<b>Public relatif</b>		Oui	Oui	Oui

Le public du service info-doc de Profession Banlieue se divise d'abord entre usagers externes et internes.

Le public externe semble homogène à première vue étant donné la spécialisation du fonds documentaire de cette association.

Cependant, il faut distinguer des segments en fonction des caractéristiques sociologiques des usagers.

Les caractéristiques informationnelles et comportementales serviront à mieux comprendre les besoins documentaires des usagers et à adapter au mieux les offres du service info-doc de l'association à ces besoins.

## Tableau synthétique analytique du public du service info-doc de Profession Banlieue

Ce tableau se compose de deux niveaux :

- les points clés de l'analyse globale du public (degré d'hétérogénéité perceptible par le nombre de segments, segments représentatifs du poids des différents publics, segments servis par le service d'information)
- la définition des points positifs et négatifs des segments. Il est important à cette étape de mesurer l'écart entre les besoins informationnels d'un segment et le service offert. Il faut aussi repérer les besoins non satisfaits ou satisfaits ailleurs et les nouveaux besoins.

Nous avons rempli ce tableau avec les données disponibles sur les deux types d'usagers du service info-doc de Profession Banlieue, notamment délivrées par les entretiens semi-directifs et par l'enquête globale (non par segments) menée par le service info-doc de Profession Banlieue. Ne sachant pas à quel segment des usagers externes attribué les remarques récoltées par l'enquête sur les améliorations proposées, nous les avons attribuées à tous les segments.

Nous avons ajouté dans les opportunités la satisfaction des usagers externes pour les services reçus au service info-doc de Profession Banlieue.

	<b>Opportunités</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Ensemble du public</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hétérogénéité</li> <li>• Équilibre entre les segments</li> <li>• Segments actuellement servis par le service info-doc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hétérogénéité relative</li> <li>• Les segments externes sont plus nombreux</li> <li>• Les deux segments des usagers internes et externes sont servis par les offres de service</li> </ul>	
Usagers internes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écart actuel entre les besoins et les services proposés</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu de documents numériques</li> <li>• Peu d'articles récents</li> </ul>
Usagers internes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des besoins non satisfaits</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de documents numériques (articles)</li> <li>• Articles récents</li> </ul>
Usagers externes : <b>Étudiants/chercheurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écart actuel entre les besoins et les services proposés</li> </ul>		
Usagers externes : <b>Étudiants/chercheurs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des besoins non satisfaits</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dématérialisation des documents</li> <li>• Téléchargement en ligne</li> <li>• Base de données en ligne</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horaires d'ouverture du service info-doc plus tardifs le soir</li> <li>• Prêt à distance</li> <li>• Produits documentaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ revue de presse</li> <li>✓ comptes rendus d'événements</li> <li>✓ portraits</li> <li>✓ interviews</li> <li>✓ cartographie</li> <li>✓ synthèses</li> </ul> </li> <li>• Accès à certains documents : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ conventions</li> <li>✓ cahier des charges (pour futurs projets)</li> </ul> </li> </ul>
<p>Usagers externes : <b>Étudiants/chercheurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaction des services offerts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de recherches bibliographiques</li> <li>• Demandes de recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul>	
<p>Usagers externes : <b>professionnels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écart actuel entre les besoins et les services proposés</li> </ul>		
<p>Usagers externes : <b>professionnels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des besoins non satisfaits</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dématérialisation des documents</li> <li>• Téléchargement en ligne</li> <li>• Base de données en ligne</li> <li>• Horaires d'ouverture du service info-doc plus tardifs le soir</li> <li>• Prêt à distance</li> <li>• Base de données en ligne</li> <li>• Produits documentaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ revue de presse</li> <li>✓ comptes rendus d'événements</li> <li>✓ portraits</li> <li>✓ interviews</li> <li>✓ cartographie</li> <li>✓ synthèses</li> </ul> </li> <li>• Accès à certains documents : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ conventions</li> <li>✓ cahier des charges (pour futurs projets)</li> </ul> </li> </ul>
<p>Usagers externes : <b>professionnels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaction des services offerts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de recherches bibliographiques</li> <li>• Demandes de recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul>	
<p>Usagers externes : <b>consultants/ journalistes/</b></p>		



<b>professeurs d'université</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écart actuel entre les besoins et les services proposés</li> </ul>		
Usagers externes : <b>consultants/ journalistes/ professeurs d'université</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des besoins non satisfaits</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dématérialisation des documents</li> <li>• Téléchargement en ligne</li> <li>• Base de données en ligne</li> <li>• Horaires d'ouverture du service info-doc plus tardifs le soir</li> <li>• Prêt à distance</li> <li>• Produits documentaires :             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ revue de presse</li> <li>✓ comptes rendus d'événements</li> <li>✓ portraits</li> <li>✓ interviews</li> <li>✓ cartographie</li> <li>✓ synthèses</li> </ul> </li> <li>• Accès à certains documents :</li> <li>• conventions</li> <li>• cahier des charges (pour futurs projets)</li> </ul>
Usagers externes : <b>consultants/ journalistes/ professeurs d'université</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaction des services offerts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de recherches bibliographiques</li> <li>• Demandes de recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul>	

Le public du service info-doc de Profession Banlieue est assez homogène et ne comprend que deux segments : les usagers internes et externes. Dans le segment externe, nous avons défini trois autres segments : les étudiants, les professionnels et les « autres » (consultants, journalistes et professeurs d'université). Cependant, le segment des usagers internes peut être assimilé à celui des usagers externes professionnels étant donné que ce sont des professionnels d'une association. Il ne resterait donc que le segment des usagers externes avec ces trois segments.

Toutes les offres de service documentaire ne correspondent pas aux besoins des usagers internes. Il en est de même pour les usagers externes.

## L'analyse globale du public du service info-doc de Profession Banlieue

Nous reprenons plus en détail les trois points clés de l'analyse globale du public : l'hétérogénéité du public, l'équilibre entre les segments et les segments actuellement desservis.

### L'hétérogénéité

Peut-on parler d'hétérogénéité pour les segments du public du service info-doc de Profession Banlieue ?

Il existe quatre segments :

- le segment des usagers internes qui rejoint celui des professionnels dans leurs caractéristiques professionnelles
- les trois segments des usagers externes :
  - ✓ étudiants/chercheurs
  - ✓ professionnels
  - ✓ consultants/ journalistes/ professeurs d'université

Ces quatre segments peuvent se réduire à trois dans la mesure où les usagers internes peuvent être assimilés au segment des professionnels.

Même si la nature de l'information recherchée (la politique de la ville et/ou en Seine-Saint-Denis) est identique, étant donné la spécificité de Profession Banlieue, les besoins des usagers des trois segments ne sont pas les mêmes. Seule une enquête pourrait déterminer ces besoins.

Les facteurs d'opportunités et de faiblesses pourront être évalués quand nous connaîtrons le degré de différence entre ces segments du point de vue de leurs attentes documentaires.

#### **L'équilibre entre les segments**

Le segment des étudiants est plus important en nombre que celui des professionnels, qui est lui-même plus important que celui des consultants, des journalistes et des professeurs d'université.

Les opportunités et les faiblesses en terme d'équilibre des segments seront déterminées quand le nombre d'usagers par segment sera connu.

#### **Les segments actuellement servis**

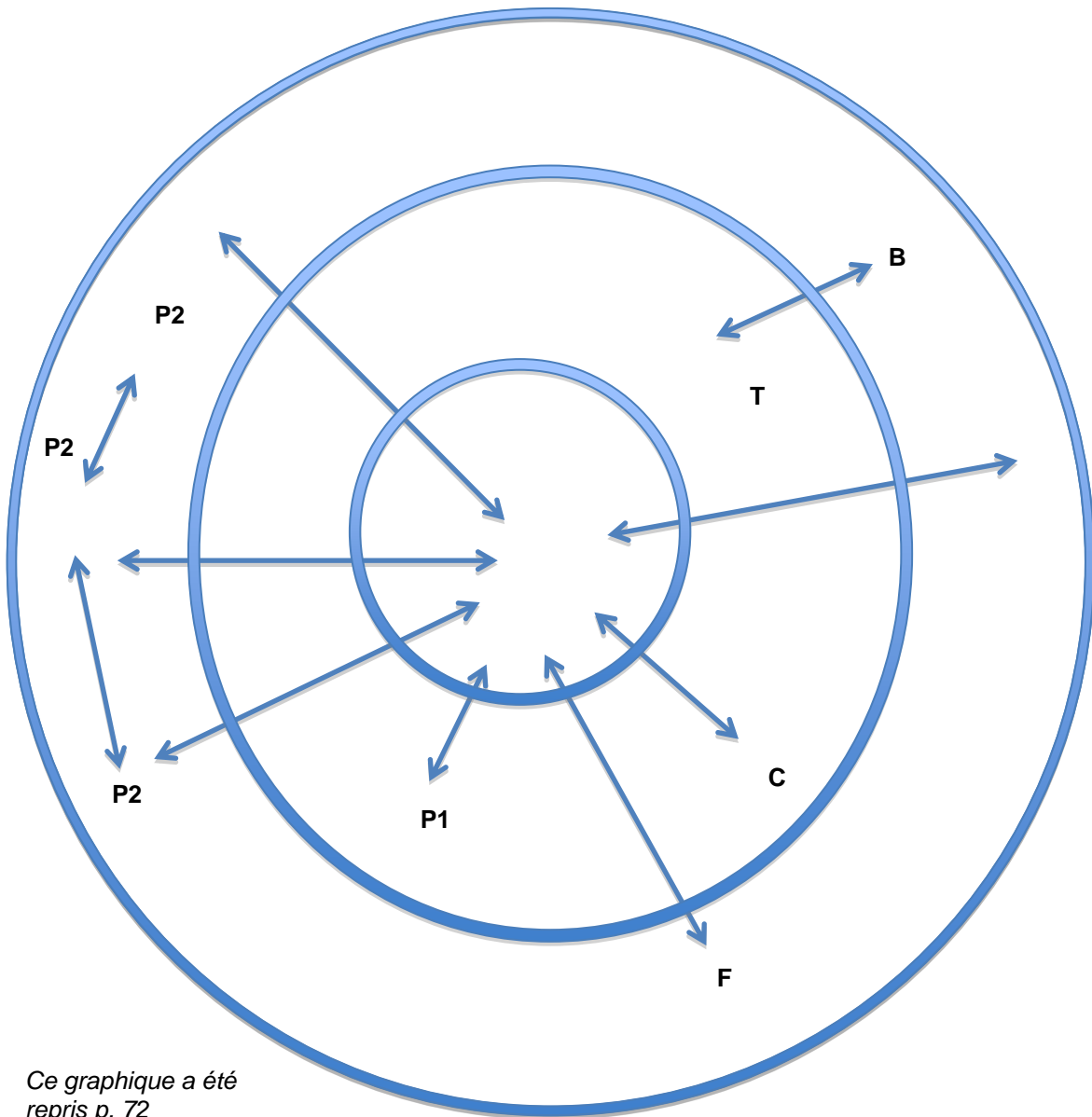
Tous les segments sont servis puisqu'ils utilisent les services du service info-doc de Profession Banlieue.

### **2.1.3. L'analyse externe**

Dans cette troisième étape de l'analyse marketing d'un service d'information, il s'agit de prendre en considération son environnement. « Le service d'information est pris (...) dans un jeu de relations imbriquées entre de nombreux acteurs, qui ont des positions et des intérêts différents. (p. 69) « L'objectif de l'analyse est (...) de repérer l'ensemble des acteurs ayant une influence sur l'activité du service d'information, et d'analyser les positions respectives et les relations de ces acteurs avec le service d'information et entre eux. » (p. 69)

Cet environnement est communément représenté par une série de cercles concentriques, chaque cercle délimitant une communauté d'acteurs aux intérêts communs. Dans chaque cercle, les relations entre les acteurs institutionnels et l'organisme sont soumises à une conjoncture précise. L'ensemble de ces conjonctures s'appelle « "l'environnement régulateur" de la bibliothèque ou du centre de documentation. » (p. 71) L'évolution de ces conjonctures a une incidence sur les choix à faire.

Les différents environnements auxquels appartient le service d'information. Exemple d'un environnement simple



*Ce graphique a été repris p. 72*

Le rond intérieur représente le service d'information. Entre lui et le deuxième cercle sont regroupés les acteurs de l'organisme de rattachement :

- T représente la tutelle à laquelle est rattaché le service d'information
- P1 représente un partenaire interne, par exemple, un service édition
- C représente un concurrent interne, par exemple, le service communication

Le cercle extérieur délimite les acteurs de l'environnement extérieur du service d'information :

- B est le bailleur de fond, également en relation avec la tutelle
- Les trois P2 sont des partenaires externes, par exemple, d'autres services d'information organisés en réseau
- F est un fournisseur externe

Les flèches symbolisent les relations (entre territoires ou à l'intérieur d'un même territoire) entre les différents acteurs.

### 2.1.3.1. L'analyse des relations dans l'environnement fonctionnel

Chaque cercle délimite une collectivité significative et comprend un certain nombre d'acteurs institutionnels en relation avec l'organisme. Dans chaque cercle existent plusieurs modes de relations. Le premier réseau de relations concerne les tutelles ou les bailleurs de fonds. Le second, les fournisseurs (d'informations ou de documents), les partenaires et les concurrents. Ces deux réseaux de relations comprennent les acteurs avec lesquels interagit directement le service d'information pour fonctionner. Ils représentent l'environnement fonctionnel du service.

Le premier réseau de relations à analyser est celui des tutelles au sens large :  
 « Pour pouvoir déterminer et conduire une stratégie de développement dans de bonnes conditions, chaque service d'information doit mesurer la marge de manœuvre dont il dispose par rapport à sa ou ses tutelles. » (p. 75)

Le second réseau de relations est celui des fournisseurs, des partenaires et des concurrents. Mais dans le domaine des services d'information, il n'est pas question de concurrence au sens commercial, mais plutôt de coopération, de réseau.

« L'objectif n'est pas de se battre contre des concurrents, mais de s'intégrer au mieux dans un réseau documentaire en faisant valoir la plus-value apportée. » (p. 78)

Cependant, la notion de compétitivité n'est pas à exclure. Les services d'information peuvent avoir à démontrer la valeur ajoutée de leur activité dans certains cas où leur existence serait remise en cause, par exemple.

## L'analyse des relations dans l'environnement fonctionnel de Profession Banlieue dont dépend le service info-doc

Il s'agit d'analyser le type de relation qu'entretiennent ces différents acteurs avec le service info-doc et entre eux.

### Le premier réseau de relations du service info-doc de Profession Banlieue

#### Les tutelles

Critères	Questions possibles
Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Sans répondre à toutes les questions évoquées à titre d'exemple dans le tableau ci-dessus, nous pouvons avancer que :

- le service info-doc de Profession Banlieue n'a qu'une tutelle qui est la direction de son organisme de rattachement, Profession Banlieue
- la responsable du service info-doc est en contact direct et étroit avec la directrice qui la fait participer comme tous les autres membres de l'équipe de Profession Banlieue aux décisions concernant l'association
- en général, les besoins du service sont pris en compte par la direction

## La hiérarchie

<b>Hiérarchie</b>	<b>Critères</b>	<b>Questions possibles</b>
Conseil d'administration	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Nous avons rangé sous le terme de « hiérarchie » le Conseil d'administration de l'association, dont dépend la direction et avec lequel elle définit la mission de l'association et sans l'aval duquel elle ne pourrait engager aucun projet.

De même que pour le tableau précédent, nous pouvons avancer que :

- la chargée du service info-doc n'a pas de relation directe avec les membres du Conseil d'administration

## Les bailleurs de fond

<b>Bailleurs de fond</b>	<b>Critères</b>	<b>Questions possibles</b>
Préfecture de la région d'Île-de-France	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Préfecture de la Seine-Saint-Denis (SDD)	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Ministère de l'Intérieur...	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Direction de l'accueil, de l'intégration et de la citoyenneté	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
L'ACSE (Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances)	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ?

		La relation peut-elle évoluer ?
Caisse des dépôts	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
CAF de SSD	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Département de la SSD	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Les villes de SSD	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ?

		Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Plaine Commune	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Là encore, comme pour les deux tableaux antérieurs, nous ne répondons pas à toutes les questions proposées à titre d'exemples, mais nous savons que :

- la chargée du service info-doc n'a pas de relation directe avec les bailleurs de fond de l'association

En conclusion, nous remarquons que dans ce premier réseau de relations :

- le service info-doc dépend directement uniquement de la direction de l'association
- la personne chargée de ce service dispose d'une certaine marge de manœuvre par rapport à sa tutelle, avec laquelle elle entretient un rapport étroit et de confiance

En ce qui concerne les relations entre la direction et sa hiérarchie, nous ne disposons pas d'informations à part le fait que le Conseil d'administration et la directrice se réunissent plusieurs fois par an.

Il en est de même pour les relations que la direction entretient avec ses bailleurs de fonds.

## Le second réseau de relations du service info-doc de Profession Banlieue

### Les fournisseurs

Critères	Questions possibles
Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Parmi les fournisseurs, nous comptons les fournisseurs de documents sur support papier (une librairie



et diverses maisons d'édition pour les commandes de livres), par abonnement ou non pour certains périodiques ; de documents numériques (les moteurs de recherche dont Google le plus fréquemment utilisé), par abonnement ou non également pour certains périodiques ; d'accès Internet (serveur et hébergeur pour le site institutionnel) ; de services techniques (informatique).  
Ils sont extérieurs et bien définis.

## Les partenaires

Ne sont listés ici à titre d'exemple que certains des vingt centres de ressources Politique de la ville en France.

<b>Partenaires</b>	<b>Critères</b>	<b>Questions possibles</b>
Centre de ressources politique de la ville Ville <sup>2</sup> (Centre et Poitou Charentes)	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
ORIV Alsace	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Centre de ressources d'Aquitaine	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de

		dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
Centre de ressources politique de la ville PACA	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?
CR DSU (Rhône-Alpes)	Matérialité du contact	La relation est-elle effective, réalisable ? Comment ? À quel moment ? Avec quelle difficulté ?
	Efficacité de la transaction	L'échange est-il équilibré ? Y a-t-il des difficultés dans la réception, ou l'envoi ? Quel est le coût de la transaction ?
	Influence	Y a-t-il des relations de dépendance ? La relation peut-elle évoluer ?

Tous ces centres de ressources sont spécialisés dans la politique de la ville dans toute la France. Ils forment un réseau de services info-doc dont fait partie celui de Profession Banlieue.

En interne, la concurrence est faible, car elle n'existe que dans les cas où les usagers internes trouvent l'information dont ils ont besoin sans avoir recours au service info-doc qui pourtant détient cette information.

Profession Banlieue peut avoir des concurrents externes, dans la mesure où les informations générales sur la politique de la ville sont diffusées par les autres centres de ressources du réseau auquel appartient Profession Banlieue et par d'autres centres encore extérieurs à ce réseau. En revanche, l'association ne peut avoir de concurrence sur son territoire : la Seine-Saint-Denis.

À part la plus-value que représente cette spécificité territoriale pour le réseau auquel appartient le centre de ressources de Seine-Saint-Denis, il faudrait comparer ses offres de services avec celles de ses partenaires, afin d'estimer si le service info-doc de Profession Banlieue apporte d'autres plus-values.

En conclusion, le service info-doc de Profession Banlieue fait partie des cas les plus simples à analyser, car il travaille uniquement et directement pour une association. Sa seule tutelle est celle de la direction de l'association.

De plus, ses fournisseurs et ses partenaires sont extérieurs et bien définis, et la concurrence interne est faible.

### 2.1.3.2. L'analyse de l'environnement régulateur de Profession Banlieue dont dépend le service info-doc

Les réseaux relationnels que nous venons d'analyser sont soumis à des conjonctures spécifiques en fonction d'une histoire et de rapports de force propres. Ces contextes influent sur les choix à faire. L'ensemble de ces conjonctures constitue l'environnement régulateur du service info-doc. (p. 81)

L'analyse de cet environnement permet de découvrir le contexte général dans lequel se trouve le service info-doc et qui exerce une influence sur lui.

« L'objectif de cette dernière rubrique de l'analyse externe est de repérer les opportunités ou les menaces venant du contexte général dans lequel se trouve le service d'information. » (p. 82)  
Les opportunités ou les menaces peuvent être immédiates ou lointaines, en conséquence l'analyse doit prendre en compte le court et le moyen terme.

### L'analyse de l'organisme de rattachement

Critères	Questions possibles
Dominante(s)	Quels sont les poids respectifs de l'économie locale, l'organisation sociale, les règles juridiques, l'état des techniques, la culture particulière, etc. ?
Équilibre(s)	A-t-on un système, explicite ou implicite, de règles et d'usages auxquels les acteurs se conforment ?
Évolution(s)	Peut-on prévoir des changements dans l'organisation générale du territoire à court ou moyen terme ?

### L'analyse de Profession Banlieue, organisme de rattachement du service info-doc

Dans le cas de Profession Banlieue, sans pouvoir actuellement déterminer le poids des différentes dominantes avec certitude, nous pouvons avancer des éléments d'analyse :

- les moyens financiers ne font pas défaut à l'association puisque son budget permet notamment le bon fonctionnement du service info-doc. La preuve en est l'évolution régulière des techniques informatiques de l'association, et plus particulièrement le projet de la mise en ligne de la base de données documentaire.
- la hiérarchie, le Conseil d'administration composé de professionnels du développement social urbain, qui joue également un rôle important (l'association ne peut se passer de son aval), ne semble pas constituer un obstacle au développement des projets de l'association
- la politique de la ville pourrait faire partie des dominantes, car elle se révèle être un élément prépondérant pour le bon fonctionnement de l'association. En effet, c'est elle qui détermine la mission de l'association qui est donc soumise à ses aléas
- la culture de l'association (fluidité de la communication entre les membres de l'équipe, conscience de faire partie d'une entité à l'objectif bien défini...) est bien intégrée par l'équipe qui y travaille et donne une souplesse dans les rapports, une confiance et un respect mutuels qui permettent de travailler en bonne intelligence et d'être productif

## L'analyse du monde documentaire

Critères	Questions possibles
Dominante(s)	Quel est l'état de l'évolution des TIC ? Quel est le droit de l'information dans l'univers numérique ? l'économie d'Internet ? etc.
Équilibre(s)	A-t-on un système, explicite ou implicite, de règles et d'usages auxquels les acteurs se conforment ? Forte culture professionnelle du monde documentaire Solidarité Rigidité
Évolution(s)	Peut-on prévoir des changements dans l'organisation générale du territoire à court ou moyen terme ? Des tâches documentaires nouvelles ont vu le jour (veille, record management, knowledge management, etc.)

### L'analyse du monde documentaire dans lequel se trouve le service info-doc de Profession Banlieue

Le service info-doc de Profession Banlieue est lié fortement à la conjoncture de son univers professionnel qui ne cesse d'évoluer (progrès technologiques, nouveaux métiers...), ne serait-ce que par le fait qu'il appartient à un réseau documentaire et en subit l'influence (par exemple, ses partenaires suivent ou non les évolutions techniques documentaires...).

Il ne faut pas oublier non plus que le recours à un service d'information n'est aujourd'hui plus que jamais qu'une réponse parmi d'autres au besoin de l'utilisateur. Ces diverses autres réponses sont proposées par les acteurs des différents cercles définis ci-dessus (pôles). C'est pourquoi il est important de savoir qu'elle est la place du service d'information dans l'ensemble des ressources et ses relations avec les acteurs repérés, réels ou potentiels.

### La carte documentaire des usagers

Pour cela, il est utile d'établir « la carte documentaire des usagers, c'est-à-dire l'ensemble des services ou dispositifs d'information à leur disposition ou qui leur sont accessibles, soit directement, soit par l'intermédiaire de la bibliothèque ou du centre de documentation. » (p. 78)  
Il s'agit là encore de ne repérer que les caractéristiques les plus importantes.

### La carte documentaire des usagers du service info-doc de Profession Banlieue

Nous avons rempli le tableau ci-dessous avec des informations concernant d'autres services ou dispositifs d'information hors du service info-doc de Profession Banlieue que les usagers internes et externes peuvent utiliser.

	<b>Cercle 1</b> Acteurs de Profession Banlieue	<b>Cercle 2</b> Acteurs de l'environnement extérieur	
	<b>Pôle 1 (Usagers internes)</b>	<b>Pôle 2 (Réseau national des centres de ressources de la politique de la ville)</b>	<b>Pôle 3 (Moteurs de recherche)</b>
<b>Vocation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mener à bien la mission de Profession Banlieue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offres d'informations sur la politique de la ville en France</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'informations</li> </ul>
<b>Tutelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction de Profession Banlieue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Associations</li> <li>• Services publics</li> </ul>	
<b>Ressources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bailleurs de fond</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bailleurs de fond</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet économie</li> </ul>
<b>Services</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation des instances de travail</li> <li>• Rédaction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Info-doc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'informations</li> </ul>
<b>Population touchée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usagers internes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Public intéressé par la politique de la ville et la Seine-Saint-Denis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personnes intéressées par la politique de la ville et la Seine-Saint-Denis</li> </ul>
<b>Accès</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En interne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À proximité</li> <li>• À distance (Internet)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• À distance (Internet)</li> </ul>
<b>Évolution</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'évolution prévisible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'évolution prévisible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services de plus en plus performants</li> </ul>

La carte documentaire est reprise p.79

Nous avons relevé comme autres services ou dispositifs d'information hors du service info-doc de Profession Banlieue :

- les usagers internes à l'association, dans la mesure où ils obtiennent des informations les uns des autres, grâce à la circulation de l'information en interne
- les centres de ressources Politique de la ville
- les moteurs de recherche

Cette carte permet « de se faire une idée de la place du service d'information dans l'ensemble des ressources disponibles » et « facilite l'analyse des relations bilatérales du service d'information avec chacun des partenaires, réels ou potentiels. » (p.79)

## La place du service d'information

Il s'agit de repérer qu'elles sont les plus-values qu'apportent les offres du service d'information. Plus-values qui seront traduites en termes d'opportunités ou de menaces comme dans toute analyse marketing.

Il s'agit donc d'évaluer le poids respectif de tous les acteurs.

Nous n'avons listé à titre d'exemple que certains des centres de ressources de la politique de la ville parmi les acteurs extérieurs à Profession Banlieue, mais il existe d'autres centres documentaires en

Seine-Saint-Denis non spécialisés dans la politique de la ville qu'il faudrait prendre en compte.

## Le réseau

Certains de ces centres de ressources Politique de la ville ont des échanges réguliers et partagent une même base de données (COSOTER). D'autres partagent un thésaurus et forment un réseau auquel appartient le service info-doc de Profession Banlieue.

## Les positions des centres les uns par rapport aux autres

Tous les centres de ressources Politique de la ville se complètent, surtout quand ils sont spécialisés sur un territoire différent.

Ils sont substituables les uns aux autres en ce qui concerne le contenu des informations générales sur la politique de la ville (rapports officiels...).

Profession Banlieue fait partie des deux plus anciens centres de ressources Politique de la ville avec le centre de ressources et d'échanges pour le développement social et urbain (CR DSU-Rhône-Alpes). Cela se traduit par un service info-doc plus ancien et plus riche que les autres, et par une notoriété plus grande.

### 2.1.3.3. L'analyse synthétique de l'environnement du service info-doc de Profession Banlieue

Après l'analyse des relations dans l'environnement fonctionnel et celle de l'environnement régulateur de l'association Profession Banlieue, voici la synthèse des éléments collectés construite avec trois grandes rubriques : les relations avec les tutelles (au sens large), les relations avec les partenaires et la conjoncture auxquelles nous avons ajouté la place du service info-doc. Nous avons repris rubrique par rubrique les questions des tableaux précédents et sélectionné les éléments les plus significatifs pour remplir le tableau ci-dessous.

<b>Service info-doc de Profession Banlieue</b>	<b>Opportunités</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Tutelles (au sens large)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction de Profession Banlieue</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hiérarchie de Profession Banlieue</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bailleurs de fond de Profession Banlieue</li> </ul>	
<b>Partenaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centres de ressources Politique de la ville</li> </ul>	
<b>Conjoncture</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologies numériques</li> <li>• Culture de Profession Banlieue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La situation de la politique de la ville en France</li> </ul>
<b>Place du service info-doc</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Complémentarité avec les autres centres</li> <li>• Ancienneté</li> <li>• Notoriété</li> </ul>	

L'analyse du contexte du service info-doc de Profession Banlieue démontre qu'il est favorable aux activités de ce service.

En effet, sa tutelle directe est à l'écoute de ses besoins et défend ses projets auprès du Conseil d'administration, et le budget alloué par les bailleurs de fonds lui permet de mener ses activités sans restriction.

Le service occupe une place reconnue par les autres services info-doc Politique de la ville avec lesquels il forme un réseau et dont il est complémentaire.

Le contexte technique qui connaît un développement technologique numérique important n'est pas un frein dans la mesure où le service suit ces développements. Seul frein éventuel, la situation de la politique de la ville en France.

Les analyses qui viennent d'être effectuées (interne, du public et externe) ont permis (ou devraient permettre) de lister tous les éléments importants à prendre en compte pour avoir une vue d'ensemble du service analysé. À l'issue de cette phase d'analyse, première étape du diagnostic, il s'agit de repérer les éléments déterminants pour les choix futurs, ce qui constitue l'étape du diagnostic à proprement parler. (p. 87)

### 3. Le diagnostic

Les différentes phases de l'analyse ayant été effectuées, les résultats doivent être croisés et synthétisés afin d'élaborer une stratégie documentaire.

La stratégie doit être cohérente avec la mission du service d'information. Cette mission se compose d'objectifs relevant de trois domaines d'activité : les ressources documentaires proposées, les modes d'accès ou de traitement de ces ressources et le public touché. Ces objectifs sont incontournables.

#### 3.1. De l'analyse au diagnostic

Il s'agit maintenant de hiérarchiser les éléments recueillis dans les analyses et les analyses entre elles, puis de repérer l'écart entre un idéal-type et la réalité, en confrontant ces éléments avec les objectifs indispensables du service info-doc et la mission de sa structure de tutelle.

Dans un premier temps, ont été hiérarchisés les éléments recueillis dans les analyses et les analyses entre elles, en prenant comme critère l'efficacité moyenne du centre de documentation.

##### 3.1.1. La hiérarchisation des rubriques et des analyses

Les atouts et les faiblesses doivent être hiérarchisés dans toutes les rubriques.

« Le but est de disposer d'un tableau synthétique construit sur une base hiérarchique et non plus sur une base analytique. » (p. 91)

La confrontation des trois tableaux de diagnostics (interne, du public et externe) avec la même démarche de hiérarchisation permettra de répondre à deux questions : quels éléments expliquent la situation actuelle du service? Quelles sont les clés de son évolution possible ?

L'objectif est de hiérarchiser les éléments de diagnostic de façon transversale entre les trois analyses. Ainsi, ils ont été regroupés par catégories d'éléments principaux, secondaires et accessoires dans les tableaux suivants.

###### 3.1.1.1. Le diagnostic interne du service info-doc de Profession Banlieue

Le diagnostic interne représente le premier des trois diagnostics. Les atouts et les faiblesses révélés par l'analyse interne du service info-doc de Profession Banlieue sont hiérarchisés dans le tableau ci-dessous.

<b>Service info-doc de Profession Banlieue</b>	<b>Atouts</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Éléments principaux 1</b> Moyens matériels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatique</li> <li>• Fonds documentaire : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ nombre de références</li> <li>✓ évolutivité vers le numérique</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds documentaire : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ majorité de documents papier</li> <li>✓ accès restreint pour les PDF (par documentaliste ou par le site institutionnel)</li> <li>✓ PDF inaccessibles en texte intégral, les références seules sont accessibles, sauf pour quelques documents produits par Profession Banlieue</li> </ul> </li> </ul>
Moyens humains	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétence</li> </ul>	
Moyens financiers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Budget suffisant</li> </ul>	
<b>Éléments principaux 2</b> Activités		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès aux documents : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ aux documents papier sur place</li> <li>✓ aux PDF des productions de Profession Banlieue par le site de l'association (téléchargement) sur place ou non</li> <li>✓ à la base de données par un portail documentaire</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès aux documents : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ aux PDF (références, texte intégral par impression) par la documentaliste</li> </ul> </li> </ul>
<b>Éléments principaux 3</b> Gestion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ compétence de la chargée du service</li> </ul> </li> <li>• Politique : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ satisfaction des usagers</li> <li>✓ objectif de travail en réseau</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Éléments secondaires 1</b> Moyens matériels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locaux</li> <li>• Mobilier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds documentaire : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ système de rangement des documents sur les étagères</li> <li>✓ manque d'acquisition de thèses universitaires</li> </ul> </li> </ul>
<b>Éléments secondaires 2</b> Activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation des résultats : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ impression</li> <li>✓ photocopie</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Éléments accessoires</b> Moyens matériels		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds documentaire : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ affichage du plan de classement</li> </ul> </li> </ul>



Le service info-doc est efficace par la compétence de sa gestionnaire qui assume les demandes des usagers internes et externes tant en services qu'en produits ; par son matériel informatique performant et son évolutivité (la future mise en ligne de la base de données) ; par son fonds documentaire en quantité, en contenu et par son budget ; par ses offres de services (notamment l'accès au documents papier) et ses produits qui satisfont les usagers ; par sa politique de satisfaction des usagers et son objectif de travailler en réseau qui permettra de mieux servir les usagers.

Malgré ce bilan positif, une faiblesse qui a son importance, car elle peut devenir un handicap, a été détectée. Elle touche l'activité de service qui concerne l'accès aux documents. En effet, l'accès des documents à distance est pratiquement nul. Les références des documents papier ne sont accessibles que sur place, la base de données n'étant pas encore en ligne. De plus, les quelques PDF (hormis ceux qui sont présents sur le site institutionnel) du fonds ne sont accessibles que par l'entremise de la chargée du service qui peut en faire des photocopies.

La prochaine mise en service d'un portail documentaire rendra accessibles les références de tous les documents (quoique les articles non référencés dans la base ne le seront pas, à moins qu'ils soient systématiquement scannés ou téléchargés), mais à part les produits de Profession Banlieue, les PDF ne seront pas accessibles en texte intégral pour les usagers externes et les ouvrages restent à consulter sur place.

### 3.1.1.2. Le diagnostic du public du service info-doc de Profession Banlieue

Le diagnostic du public représente le deuxième des trois diagnostics. Les atouts et les faiblesses révélés par l'analyse du public du service info-doc de Profession Banlieue sont hiérarchisés dans le tableau ci-dessous.

Service info-doc de Profession Banlieue	Atouts	Faiblesses
<b>Éléments principaux 1</b> Hétérogénéité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identité de besoins d'informations entre les segments interne et externe</li> </ul>	
Équilibre entre les segments	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déséquilibre en faveur du segment externe plus demandeur de services documentaires, mais corrigé par les mêmes besoins de services de base entre les deux segments</li> </ul>	
Segments actuellement servis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les deux types de segments sont servis</li> </ul>	
<b>Éléments principaux 2</b> Segment interne <ul style="list-style-type: none"> <li>• Écart actuel entre les besoins et les services proposés</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu de documents numériques</li> <li>• Peu d'articles récents</li> </ul>

Segment interne • Nature des besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de documents numériques (articles)</li> <li>• Articles récents</li> </ul>
Segment interne • Satisfaction des services offerts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de recherches bibliographiques</li> <li>• Demandes de recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul>	
Segments externes : • <b>Étudiants/chercheurs</b> • <b>Professionnels</b> • <b>Consultants/ journalistes/ professeurs d'université</b>  • Nature des besoins non satisfaits		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dématérialisation des documents</li> <li>• Téléchargement en ligne</li> <li>• Base de données en ligne</li> <li>• Horaires d'ouverture du service info-doc plus tardifs le soir</li> <li>• Prêt à distance</li> <li>• Produits documentaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ revue de presse</li> <li>✓ comptes rendus d'événements</li> <li>✓ portraits</li> <li>✓ interviews</li> <li>✓ cartographie</li> <li>✓ synthèses</li> </ul> </li> <li>• Accès à certains documents : <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ conventions</li> <li>✓ cahier des charges (pour futurs projets)</li> </ul> </li> </ul>
Segments externes : • <b>Étudiants/chercheurs</b> • <b>Professionnels</b> • <b>Consultants/ journalistes/ professeurs d'université</b>  • Satisfaction des services offerts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandes de recherches bibliographiques</li> <li>• Demandes de recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul>	

Le public du service info-doc de Profession Banlieue se divise en usagers internes et externes. Ces derniers se divisent encore en trois groupes : les étudiants et les chercheurs, les professionnels de la ville, et les autres, constituent le groupe le plus important.

Cette hétérogénéité de surface ne tient pas devant l'homogénéité des besoins documentaires en contenu des différents usagers. De ce fait, le volume plus important du segment des usagers externes ne représente pas un handicap.

Globalement, tous les usagers sont satisfaits des services offerts par le service info-doc de Profession Banlieue.

La faiblesse actuelle consiste en l'impossibilité d'accéder aux documents à distance et en l'absence de certains services demandés par les usagers.

### 3.1.1.3. Le diagnostic du contexte

Le diagnostic du contexte représente le troisième et dernier des trois diagnostics. Les atouts et les faiblesses révélés par l'analyse externe du service info-doc de Profession Banlieue sont hiérarchisés dans le tableau ci-dessous.

<b>Service info-doc de Profession Banlieue</b>	<b>Atouts</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Éléments principaux</b> Tutelles (au sens large)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direction de Profession Banlieue</li><li>• Hiérarchie de Profession Banlieue</li><li>• Bailleurs de fond de Profession Banlieue</li></ul>	
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"><li>• Centres de ressources Politique de la ville</li></ul>	
Conjoncture	<ul style="list-style-type: none"><li>• Technologies numériques</li><li>• Culture de Profession Banlieue</li></ul>	
Place du service info-doc	<ul style="list-style-type: none"><li>• Complémentarité avec les autres centres</li><li>• Ancienneté</li><li>• Notoriété</li></ul>	

Le contexte dans lequel se trouve le service info-doc de Profession Banlieue est positif. En effet, les diverses tutelles sont favorables à un bon fonctionnement de la structure et à celui du service qui ne rencontre pas de véritable concurrence au sein de l'association ni de la part de ces partenaires avec lesquels il est complémentaire et auprès desquels il occupe une place importante étant donné son ancienneté et sa notoriété. Autre point positif, le fait que le service ne reste pas à la traîne dans un environnement technologique (numérique) sans cesse en développement.

La démarche analytique suivie jusqu'ici pour établir un diagnostic selon la méthode du marketing documentaire est longue, car elle est progressive et systématique. Elle est également lourde, car elle manipule de nombreux critères sous des angles différents.

Cependant, elle est efficace, car elle est exhaustive. Elle couvre, en effet, le champ documentaire sous tous ses aspects, à tous les niveaux de réseaux auxquels appartient le service info-doc, que ce soit en interne, dans sa structure de rattachement, ou à l'extérieur, dans son environnement (concurrents, partenaires...).

Cette démarche fouillée permet de savoir si les objectifs de la mission du service info-doc sont remplis et d'orienter la politique du service vers une stratégie adéquate.

L'étape du diagnostic étant terminée, les atouts et les faiblesses des différentes analyses (interne, du public et externe) ayant été hiérarchisés, il est possible d'élaborer et de mettre en pratique une stratégie documentaire.

## 4. La stratégie

La seconde étape de la démarche de la stratégie du marketing documentaire est le moment des choix. La prise de décision représente un processus de longue haleine supposant une longue préparation, une réflexion approfondie et des négociations. Cette démarche se présente comme une liste de propositions organisées selon un raisonnement logique. (p. 100)

### 4.1. La mission du service info-doc

À l'issue du diagnostic, « il faut décider si la mission première qui a été confiée au service d'information est encore acceptable ou si elle doit être redéfinie. Une fois ce préalable levé, les différentes étapes du raisonnement stratégique seront passées en revue et l'ordre à suivre de leur succession sera choisi.

Enfin, la mise en œuvre de cette stratégie se traduit en scénarios, qui sont autant de réponses alternatives aux enjeux repérés. » (p. 101)

« Le diagnostic a permis de vérifier l'état effectif de la réalisation de la mission à partir de la confrontation des objectifs critiques avec les trois analyses, public, interne et externe. Selon les résultats de ce diagnostic, la stratégie se développera dans un cadre différent. Trois principes simples doivent guider la réflexion stratégique. » (p. 103)

Premier principe : les objectifs critiques issus de la mission, en accord avec l'organisme de tutelle, doivent être atteints. « Tant que tous les objectifs critiques ne sont pas atteints, ils restent la priorité. Si les ressources minimales ne sont pas réunies, si un accès élémentaire n'est pas fourni, si un nombre significatif de personnes n'est pas servi, correspondant chaque fois aux orientations de la mission, alors toute la stratégie du service d'information doit être soumise à ces objectifs premiers. » (p. 103-104)

Deuxième principe : « Si certains objectifs critiques sont hors d'atteinte, il est impératif de redéfinir la mission. » (p. 103-104)

Troisième principe : « Aucune décision ne doit être prise en contradiction avec la mission définie. » (p. 103-104)

Dans le cas du service info-doc de Profession Banlieue, le diagnostic n'a pas remis en question sa mission qui est de collecter et de diffuser l'information sur la politique de la ville vers l'extérieur de l'association.

### 4.2. Les étapes de la construction stratégique

La stratégie se constitue de trois phases : le choix du ciblage (du segment de public), la définition de l'offre de service, la construction du positionnement, qui toutes doivent demeurer dans le cadre de la mission de l'organisation.

Ces trois étapes dépendent toutes les unes des autres. Les choix faits dans chacune sont interdépendants.

Le raisonnement stratégique est circulaire, c'est pourquoi l'étape par laquelle commencera la réflexion sera celle qui semble la plus importante à traiter.

« Une bonne stratégie marketing débouche sur la définition d'objectifs pour le service d'information. » (p. 107) Le service ne doit pas se contenter des objectifs critiques, mais doit avoir des objectifs plus ambitieux.

« Pour les services d'information, les objectifs à définir ont trois dimensions, quantitative, qualitative et intellectuelle. » (p. 107)

Les objectifs qualitatifs sont à entendre en terme de satisfaction de l'utilisateur et d'image du service, et les objectifs intellectuels s'entendent par la valeur ajoutée apportée aux documents.

Même si le diagnostic (basé, il faut le rappeler, sur des informations incomplètes), ayant révélé que le seul point faible important du service info-doc de Profession Banlieue est l'accès des documents à

distance par les usagers externes, le ciblage du public constituera la première étape de la construction stratégique. En effet, il est plus logique de commencer par le public, étant donné que c'est en fonction de lui qu'est faite l'offre de services.

### 4.2.1. Le ciblage du public

Le ciblage du public, première des phases de la construction stratégique, consiste à choisir les segments de public qui seront retenus comme public cible du service d'information, en s'appuyant sur l'analyse du public, mais aussi sur les atouts et les faiblesses de l'organisation et les moyens dont elle dispose, sans oublier l'offre documentaire existante.

Deux dimensions sont à prendre en compte : qualitative (sociologique, informationnelle, comportementale) et quantitative (volume d'utilisateurs). Là encore, le choix se heurte à des contraintes (nature du public, moyens du service, le positionnement du service par rapport à la concurrence...).

#### 4.2.1.1. La nature du public cible

Le premier niveau de décision concerne la nature du public.

L'offre de services visera particulièrement le(s) segment(s) retenu(s) en fonction de ses (leurs) caractéristiques qualitatives.

Entre une offre généraliste proposée à l'ensemble du marché (relevant du marketing indifférencié), spécialisée pour un segment particulier (relevant du marketing concentré) et polyvalente adressée à différents segments (relevant du marketing adapté ou différencié), l'offre du service info-doc de Profession Banlieue devrait être polyvalente. En effet, son public relève d'au moins trois segments, même s'ils sont homogènes en ce qui concerne le contenu des informations recherchées : la politique de la ville et/ou la Seine-Saint-Denis.

« L'approche par la segmentation représente la démarche traditionnelle du marketing. D'autres stratégies de clientèle, développées ces dernières années, peuvent intéresser certaines bibliothèques et centres de documentation. La segmentation est basée sur l'idée que l'individu se conforme à des comportements de consommation relativement stables et homogènes... » (p. 116)

Cependant, certaines études sociologiques ont prouvé que les utilisateurs sont de plus en plus difficilement « cernables », leur comportement de consommation étant très mouvant. Il s'agit d'offrir aujourd'hui des services personnalisés, d'être dans le « marketing one-to-one », ce qui se traduit, par exemple, dans les services documentaires par du push d'information avec les flux RSS.<sup>23</sup>

Ce marketing one-to-one est possible au sein des structures dans lesquelles le service info-doc est chargé d'informer personnellement les membres du personnel par Intranet ou par d'autres plateformes dédiées, ou encore par e-mail.

Il est encore possible dans le cas de prestataires extérieurs de services info-doc, de veille, par exemple, qui transmettent à leurs clients leur récolte d'informations, synthèses...

En ce qui concerne Profession Banlieue, la chargée du service info-doc utilise ce mode de marketing pour les membres de l'équipe dont elle connaît les thèmes de travail et à qui elle transmet des informations par push par e-mail ou par support papier.

#### 4.2.1.2. Les objectifs quantitatifs du développement du service d'information

« Le deuxième niveau de décision, complémentaire du ciblage, concerne les objectifs quantitatifs à définir en matière de public visé. » (p. 116)

Le service d'information doit décider s'il veut conserver le même volume de public (fidélisation), augmenter ce volume (attraction) ou le réduire (limitation).

---

<sup>23</sup> Pour comprendre les usages actuels de l'information, se reporter à l'ouvrage de Sophie Ranjard, Usages et utilisateurs de l'information, ADBS éditions, 2012.

En ce qui concerne le service info-doc de Profession Banlieue, il s'agirait de conserver le public actuel et d'attirer un public potentiel ou encore des non-utilisateurs relatifs de même nature que le public actuel. Cela n'est pas contraire à la mission du service.

Le choix de la stratégie à suivre par rapport au public est lié aux moyens dont dispose le service et à son positionnement par rapport à ses partenaires.

#### 4.2.1.3. Les critères de choix d'une stratégie du public

Les choix sont tout d'abord conditionnés par la mission du service d'information imposée par son organisme.

Le choix stratégique d'un public doit tenir compte de plusieurs critères. Le premier est le public lui-même (nature de ce public, ses segments...), le deuxième, les moyens dont dispose le service et le troisième et dernier, le positionnement concurrentiel du service.

#### Les critères de choix appliqués au service info-doc de Profession Banlieue

	<b>Critères de choix d'une stratégie du public</b>
<b>Mission</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conforme à la mission</li> </ul>
<b>Public</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de segments : trois</li> <li>• Faible hétérogénéité du marché</li> <li>• Proportion de segments servis actuellement : tous</li> <li>• Potentiel comparé des segments : les étudiants et les professionnels représentent un fort potentiel</li> </ul>
<b>Moyens (matériels, humains, financiers)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume : ces moyens sont suffisants</li> <li>• Degré de synergie : satisfaisant</li> </ul>
<b>Concurrents</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Position actuelle par rapport aux concurrents : position de notoriété et d'ancienneté</li> <li>• Ciblage des concurrents : les autres centres de ressources Politique de la ville</li> </ul>

La stratégie envers le public dans le cas du service info-doc de Profession Banlieue devrait s'appuyer seulement sur les segments d'utilisateurs extérieurs, étant donné que la mission les concerne expressément et non les utilisateurs internes.

Les deux segments de ce public extérieur retenus pour élaborer la stratégie documentaire sont les plus importants en volume. Il s'agit des étudiants<sup>24</sup> et des professionnels.

Les étudiants ne peuvent pas être fidélisés puisqu'ils viennent en général pour une recherche ponctuelle, mais il faut « attirer » de nouveaux étudiants, public potentiel.

<sup>24</sup> Les étudiants faisaient partie du même segment que les chercheurs précédemment (p. 59) parce qu'ils avaient notamment besoin des articles de presse dans leurs recherches. Cependant, les étudiants et les chercheurs sont supposés avoir des besoins spécifiques. C'est une supposition, car il faudrait mener une nouvelle enquête sur ce point.

Les professionnels peuvent être fidélisés dans la mesure où ils restent un certain nombre d'années à leur poste. Cependant, le service aurait intérêt à essayer d'en attirer d'autres.

## 4.2.2. L'offre de services

L'offre de services, deuxième des phases de la construction stratégique, « dans le raisonnement marketing, se déduit de la demande du public que l'on souhaite toucher. Elle se construit à partir d'éléments dont on a la maîtrise : tous les éléments matériels et organisationnels que l'on doit agencer de façon à répondre de la façon la plus appropriée à la demande des segments de publics choisis. Cette offre n'est pas seulement constituée d'éléments objectifs, comme les ressources disponibles ou les modes d'accès à ces ressources. Elle comprend aussi des aspects symboliques, comme la communication pour promouvoir les services ou encore le contrat passé avec les usagers. » (p. 105)

Il s'agit de définir « les couples prestation/segment ». « Il s'agit de déterminer (...) les services qui seront proposés (service(s) de base et services périphériques) et les niveaux de services mis en place ; (...) le mode de relation qui sera établi avec le public (la servuction) ; les modalités du contrat, implicite ou explicite (...) passé avec l'utilisateur (...) ; les axes de communication marketing qui seront privilégiés. » (p. 125)

« La stratégie marketing a pour objectif de concevoir l'offre par rapport à la nature et aux caractéristiques générales du service rendu, propres à assurer le bon niveau d'adéquation avec les besoins, les comportements et les attentes du public cible. Elle vise à définir la solution, globale ou spécifique, qui sera proposée à chaque segment servi par la bibliothèque ou par le centre de documentation. » (p. 126)

### 4.2.2.1. Le système d'offre

La première dimension du système d'offre consiste en la largeur et la profondeur de l'offre et les niveaux de service (degré d'élaboration des services proposés). Les critères de variation des niveaux de service sont : les délais d'accès à l'information et aux ressources documentaires, le niveau de traitement de l'information (brute ou élaborée), le degré d'assistance à l'utilisateur, le degré de personnalisation de la relation, l'accessibilité du service, la formalisation de la prestation (documents en vrac ou dossier organisé).

Le type de service fait également partie du système d'offre. Il est impossible de détailler l'ensemble de ces services ici, mais ils peuvent être analysés selon le rôle que se donne le service d'information auprès de l'utilisateur (facilitateur d'accès à l'utilisateur ou formateur de l'utilisateur pour viser la servuction ou encore intervenant dans une relation de partenariat avec l'utilisateur...).

### Les critères de choix d'une stratégie d'offre

Les choix, là encore, sont conditionnés par la mission du service d'information imposée par son organisme.

Le premier critère de choix concerne les moyens du service, le deuxième, le public (la nature de ses besoins et de leur diversité) et le troisième, l'incidence de la nature de l'offre sur le positionnement.

### Les critères de choix appliqués au service info-doc de Profession Banlieue

	Questions possibles
Mission	<ul style="list-style-type: none"> <li>Degré de conformité par rapport à la mission : conforme</li> </ul>
Moyens	<ul style="list-style-type: none"> <li>Volume des moyens disponibles : suffisant</li> <li>Caractéristiques des moyens disponibles :               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ matériels</li> <li>✓ humains</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ financiers</li> <li>• Degré actuel d'adaptation à l'offre de services : suffisant</li> <li>• Potentiel d'évolutivité des moyens : existant</li> <li>• Équilibre moyens matériels/moyens humains : satisfaisant</li> </ul>
Public	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des besoins et des attentes :</li> <li>✓ services à distance</li> <li>• Degré d'hétérogénéité du marché : faible</li> <li>• Degré de complexité de la demande : faible</li> </ul>
Concurrents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nature des services de base proposés : pas renseignée</li> <li>• Degré de profondeur des services proposés : pas renseigné</li> <li>• Degré de spécialisation : fort</li> <li>• Compétences distinctives :</li> <li>✓ le contenu des informations en fonction des territoires d'implantation des centres de ressources</li> <li>✓ autres (non renseignées)</li> </ul>

Dans l'état actuel des informations dont nous disposons, nous pouvons avancer que l'offre de services du service info-doc de Profession Banlieue correspond à sa mission ; que les moyens sont suffisants et capables d'évoluer pour correspondre à l'offre ; que le public, plutôt homogène, demande surtout des services à distance et que les partenaires du service ne sont pas vraiment des concurrents en ce qui concerne le contenu des informations qu'ils diffusent, dans la mesure où ils sont spécialisés sur un territoire. Leur compétence en terme de services pourra être analysée avec les informations adéquates.

#### 4.2.2.2. La relation entre l'utilisateur et le professionnel

Cette relation représente la deuxième dimension de la stratégie d'offre. Le type de relation avec l'utilisateur est important, car il influe sur la réalisation de la prestation et la représentation que les usagers se font du service info-doc.

« Le service se réalise par l'interaction de l'utilisateur avec les différents éléments constitutifs du service d'information, en particulier moyens matériels et personnel. » (p. 134)

Cette relation se présente sous forme de servuction ou d'assistance à l'utilisateur.

Autre élément à prendre en compte, la place de la « médiation virtuelle », c'est-à-dire la part des services réalisés sur place ou à distance.

Enfin, l'organisation générale du service, l'équilibre entre back-office et front-office entre également en ligne de compte. Il faut réfléchir sur les modes d'articulation et de coordination des deux sachant que le front-office est prescripteur du back-office.

« Une fois ces différentes orientations générales déterminées, il s'agit, pour chaque prestation, et éventuellement selon les différents segments ciblés, de choisir les modalités précises de chaque servuction. » (p. 136)

Des méthodes de modélisation de la servuction ont été mises au point par les théoriciens du marketing. Cela permet de décomposer les étapes de la réalisation du service en fonction des différents éléments présents.

Sont à considérer :



- le lieu de la réalisation du service
- les outils et les supports techniques
- le rôle, les attributions et le comportement du personnel en contact
- le rôle et les comportements attendus de la part de l'utilisateur

« (...) La démarche marketing rejoint ici une autre approche, toute aussi importante pour les services d'information : la démarche qualité (...) » (p. 138) La qualité est complémentaire du marketing dans la mesure où elle s'attache à garantir la satisfaction du client. « (...) Elle ajoute des méthodes et des outils pour garantir la mise en œuvre des modalités et des niveaux de service décidés (...) » (p. 138)

#### 4.2.2.3. Le contrat

Le contrat représente la troisième dimension de la stratégie d'offre. Il s'agit du contrat moral ou financier passé implicitement ou non entre le service d'information et l'utilisateur. Certaines prestations (services et produits) sont payantes, d'autres sont gratuites. Pour celles qui sont payantes, il faut prendre en compte la tarification appliquée et leur prix.

#### 4.2.2.4. La communication sur l'offre de service

Enfin, la communication marketing représente la dernière dimension de la stratégie d'offre. Elle comprend trois fonctions complémentaires : cognitive (faire connaître les prestations du service d'information), affective (valoriser le produit ou le service) et conative (faire consommer). Il faut y ajouter deux objectifs de communication comme dans toutes les activités de service : la gestion de l'attente de service (expliquer à l'utilisateur ce qu'il peut attendre du service – le(s) niveau(x) de services offerts) et la gestion de la participation de l'utilisateur (fournir à l'utilisateur les informations afin qu'il puisse participer à la réalisation du service – mode de fonctionnement du service info-doc).

La communication cherche à :

- déterminer les fonctions que doivent assurer les actions de communication
- définir les prestations sur lesquelles la communication se portera
- définir les thèmes à privilégier (volume des ressources, leur pertinence...)
- définir les cibles

Il faut également prendre en compte les messages vers le public et notamment vérifier qu'ils s'adressent bien aux utilisateurs.

Enfin, ce sont les supports de cette communication qui doivent être considérés attentivement (support papier ou support humain).

En conclusion, l'offre du service d'information se révèle complexe, car elle mêle différents éléments : le service rendu, la façon dont il l'est, le contrat qui lie l'utilisateur au service et la communication promotionnelle vers l'utilisateur.

Cette complexité a été modélisée par le marketing avec le « marketing mix » (ensemble des variables en interaction pour construire la relation avec le client).

Cependant, selon Rajesh Singh, la notion de « marketing mix » avec quatre ou sept P [produit, prix, place (distribution), promotion et personnes, preuves physiques et processus] est obsolète. « (...) Les relations étant par nature complexes, une théorie sur le marketing ne peut pas toujours être décrite aussi succinctement. » Il est adepte de l'approche du marketing relationnel. [5]

### 4.2.3. Le positionnement du service d'information face aux autres offres existantes

Le positionnement constitue la troisième étape des choix stratégiques à réaliser. Il consiste à affirmer l'identité du service d'information comme prestataire de services particuliers et comme porteur d'une image.

Le positionnement précise l'identité de l'organisme par rapport au jeu de relations dans lequel il est pris. Cette identité se compose de « deux facettes : l'être et le paraître. » La première est objective et concerne la nature, la qualité... des services offerts par le service info-doc et par ses « concurrents ». La seconde est subjective et concerne l'image du service par les différents éléments appartenant aux différents cercles de relations auxquels appartient le service.<sup>25</sup>  
L'intérêt d'un bon positionnement réside dans le fait qu'il attirera les subsides.

#### 4.2.3.1. *Le positionnement et l'image*

##### Le positionnement

« L'objectif du positionnement est la maîtrise de cette identité. » (p. 154)

Il concerne les membres de la communauté qu'il sert (internes, externes...) et reflète la richesse intellectuelle de cette communauté. Si elle ne se sent pas valorisée, elle s'écartera du service. Le positionnement concerne également la tutelle du service, qui sera renforcée par l'identité forte du service, et ses partenaires ou ses concurrents auxquels il peut être comparé par ses usagers. Un bon positionnement s'appuie sur la qualité particulière de certains des éléments du service.

##### L'image

« L'image du service d'information peut être définie comme l'ensemble des représentations, aussi rationnelles qu'affectives, qui lui sont associées par ses partenaires, tutelles, usagers. » (p. 155)  
Elle doit pouvoir se résumer en quelques mots, être unique pour les usagers externes et le personnel, en interne.

#### 4.2.3.2. *La typologie des positionnements*

Il existe trois catégories de positionnement :

- par fonction (rôle du service par rapport à l'activité de l'organisme de tutelle : stratégique, opérationnel ou culturel)
- par économie (économie des documents ou de l'information : le service est producteur d'informations, intégrateur d'informations ou consommateur d'informations)
- par différenciation (service confronté aux offres concurrentes d'autres services)

#### 4.2.3.3. *Les critères de choix du positionnement*

Les critères reprennent les deux dimensions principales de l'analyse externe : les environnements fonctionnel et régulateur.<sup>26</sup>

Les trois grandes étapes de la construction de la stratégie marketing documentaire ayant été décrites (ciblage du public, construction de l'offre et positionnement du service info-doc), il s'agit d'établir une méthode permettant de définir une orientation stratégique définitive et de se donner les moyens de la suivre. L'approche par l'élaboration de scénarios est une méthode efficace.

#### 4.2.4. **Les scénarios**

Après les trois grandes étapes de la construction de la stratégie, le ciblage, la construction de l'offre et le positionnement, il s'agit ici de proposer « une méthode pour se fixer sur une orientation stratégique définitive et se donner les moyens de la suivre. » (p. 173)

---

<sup>25</sup> Voir p. 66 le schéma des différents environnements auxquels appartient le service d'information.

<sup>26</sup> Voir p. 66 à 78.

Les possibilités de stratégie consistent en des scénarios qui proposent différentes combinaisons de trois choix relatifs au public, à l'offre de services et à la position du service info-doc.

Deux approches peuvent être suivies pour définir ces scénarios :

- « lister toutes les combinaisons des différents choix possibles, concernant les trois axes, cible, offre et positionnement. » (p. 174)
- se baser sur son intuition stratégique, en s'appuyant sur le diagnostic qui a dégagé les forces et les faiblesses du service

Une fois les scénarios repérés, il faut les évaluer et quand ils sont retenus, il faut passer à l'action. Pour cela, il faut planifier : qui fait quoi, avec quels moyens, quand et pour quel résultat ?

Puis, il faut mettre en place un dispositif de contrôle de la mise en œuvre de la stratégie avec un tableau de bord composé d'indicateurs clés (taux de pénétration du service d'information, taux d'usage du service, taux d'usage des segments, taux d'usage ou volume d'activité par prestation, taux d'attraction/de fidélisation du public cible).

## Les scénarios imaginés pour le service info-doc de Profession Banlieue

Il s'agit maintenant d'établir des scénarios afin d'élaborer la stratégie documentaire adéquate au service d'info-doc de Profession Banlieue.

L'approche retenue pour les définir consiste à se baser sur une intuition stratégique, à partir du diagnostic qui a dégagé les forces et les faiblesses du service.

Les scénarios, comme nous l'avons vu plus haut, proposent différentes combinaisons de trois choix relatifs au public, à l'offre de service et à la position du service info-doc.

### Le public

Dans le cas du service info-doc de Profession Banlieue, les segments d'utilisateurs extérieurs sont les seuls pris en compte, étant donné que la mission du service info-doc de Profession Banlieue les concerne expressément.

Des trois segments des utilisateurs externes (étudiants/chercheurs, professionnels et consultants/journalistes/ professeurs d'université), deux ont été retenus pour élaborer la stratégie documentaire. Il s'agit des étudiants<sup>27</sup> et des professionnels parce qu'ils sont les plus importants en volume.

En conséquence, les scénarios vont concerner les segments des étudiants et des professionnels.

---

<sup>27</sup> Les étudiants faisaient partie du même segment que les chercheurs précédemment (p. 58) parce qu'ils avaient notamment besoin des articles de presse dans leurs recherches. Cependant, les étudiants sont supposés avoir des besoins spécifiques. C'est une supposition, car il faudrait mener une nouvelle enquête sur ce point.

Tableau des caractéristiques informationnelles du segment des étudiants

Raisons recherche d'infos	Services les plus utilisés	Utilisation des informations	Comportement informationnel	Besoins	Relation avec la professionnelle	Fréquence fréquentation service
Recherche universitaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>De proximité :</b></li> <li>✓ recherches bibliographiques</li> <li>✓ recherches de personnes et de lieux ressources</li> <li>✓ mise à disposition des documents</li> <li>✓ impression</li> <li>• <b>À distance :</b></li> <li>✓ recherches bibliographiques via la chargée du service</li> <li>✓ recherches de personnes et de lieux ressources via la chargée du service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>De proximité :</b></li> <li>✓ consultation des documents</li> <li>✓ emprunt d'ouvrages</li> <li>✓ scan d'articles</li> <li>✓ impression articles</li> <li>• <b>À distance :</b></li> <li>✓ sélection références</li> </ul>	Pas de réponse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Déduits de la pratique des usagers</b></li> <li>○ Services :</li> <li>❖ mise à disposition des documents :</li> <li>✓ sur place</li> <li>✓ à distance</li> <li>❖ Reproduction :</li> <li>✓ impression</li> <li>✓ scan</li> <li>❖ Emprunt</li> <li>○ Type de documents :</li> <li>❖ articles</li> <li>❖ ouvrages</li> <li>• <b>Tirés de l'enquête</b></li> <li>○ Services :</li> <li>✓ téléchargement en ligne</li> <li>✓ accès au centre de documentation à des heures plus tardives le soir</li> <li>✓ prêt à distance</li> <li>○ Support de documents :</li> <li>❖ numérique</li> <li>○ Produits documentaires en ligne :</li> <li>❖ base de données</li> <li>❖ revue de presse</li> <li>❖ comptes rendus d'événements</li> <li>❖ portraits</li> <li>❖ interviews</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide de la professionnelle</li> <li>• Servuction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponctuelle ou régulière sur une période</li> </ul>

				❖ cartographie ❖ synthèses		
--	--	--	--	-------------------------------	--	--

Tableau des caractéristiques informationnelles du segment des professionnels

Raisons recherche d'infos	Services les plus utilisés	Utilisation des informations	Comportement informationnel	Besoins	Relation avec la professionnelle	Fréquence fréquentation service
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche d'expériences</li> <li>• Réflexions sur un sujet, un dispositif</li> </ul>	<p><b>De proximité :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ recherches bibliographiques</li> <li>✓ recherches de personnes et de lieux ressources</li> <li>✓ mise à disposition des documents</li> <li>✓ impression</li> </ul> <p><b>À distance :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ recherches bibliographiques via la chargée du service</li> <li>✓ recherches de personnes et de lieux ressources via la chargée du service</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultation des documents</li> <li>• Emprunt d'ouvrages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas de réponse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Déduits de la pratique des usagers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Services :</li> <li>❖ accès aux doc :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ sur place</li> <li>✓ à distance</li> </ul> </li> <li>❖ recherches bibliographiques</li> <li>❖ recherches de personnes et de lieux ressources</li> </ul> </li> <li>• <b>Tirés de l'enquête</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Services :</li> <li>❖ accès à certains documents :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ conventions</li> <li>✓ cahier des charges (pour futurs projets)</li> <li>✓ documents dématérialisés</li> <li>✓ téléchargement en ligne</li> <li>✓ accès au centre de documentation à des heures plus tardives le soir</li> <li>✓ prêt à distance</li> </ul> </li> <li>❖ Support de documents : numérique</li> <li>❖ Produits documentaires :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ base de données en ligne</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide de la professionnelle</li> <li>• Servuction</li> </ul>	

				<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ revue de presse</li> <li>✓ comptes rendus d'événements</li> <li>✓ portraits</li> <li>✓ interviews</li> <li>✓ cartographie</li> <li>✓ synthèses</li> </ul>		
--	--	--	--	--	--	--

Étant donné le peu d'informations obtenues sur les caractéristiques informationnelles et comportementales des usagers externes, il ne sera pas possible de comprendre les besoins documentaires des usagers essentiels pour concevoir les offres du service info-doc de l'association les plus adaptées à ces besoins. Les besoins déduits de la pratique des usagers observée sur place ont été relevés et transcrits dans le tableau ci-dessus. De même, ceux qui sont issus de l'enquête préliminaire à la rédaction du cahier des charges ont été repris, mais sans pouvoir les attribuer plus aux étudiants qu'aux professionnels. En conséquence, une nouvelle enquête auprès des deux segments d'usagers extérieurs les plus importants par leur volume est donc nécessaire pour déterminer précisément les besoins des usagers extérieurs.

## L'offre de services

Ce ne sera qu'avec les résultats d'une nouvelle enquête que la stratégie d'offre sera trouvée. Cependant, il est à retenir que les offres de services traditionnels et les rares produits du service info-doc de Profession Banlieue satisfont les usagers externes, sauf en ce qui concerne l'accès à distance aux documents.

Ses moyens matériels sont dans l'ensemble adaptés aux besoins des usagers. Sans comparaison avec les offres des autres centres de ressources Politique de la ville, il est impossible d'établir l'incidence de la nature de l'offre sur le positionnement du service.

La relation entre l'utilisateur et le professionnel est très satisfaisante et ne saurait être remise en cause ou améliorée.

Le contrat entre l'utilisateur et le service info-doc de Profession Banlieue est implicite dans la mesure où l'utilisateur sait comment se tenir dans un centre de documentation (pas de déprédation des documents...) et explicite quand la chargée du service l'informe du tarif des photocopies ou de celui du prêt et lui indique qu'il doit prendre rendez-vous pour venir consulter ou emprunter des documents.

La communication sur l'offre de service se fait quand l'utilisateur est en contact avec la chargée du service sur place ou à distance.

## Le positionnement

L'identité du centre de ressources de Profession Banlieue est claire et partagée par les membres de l'association. En ce qui concerne son image à l'extérieur, nous supposons qu'étant donné sa notoriété due à son ancienneté, il doit occuper une place particulière parmi les autres services info-doc Politique de la ville avec lesquels il forme un réseau et dont il est complémentaire. Mais là encore une enquête auprès des usagers et des autres centres de ressources Politique de la ville serait nécessaire.

Selon la typologie des positionnements telle qu'elle a été évoquée plus haut<sup>28</sup>, le positionnement du service est d'ordre opérationnel par rapport à son organisme de tutelle et si nous raisonnons en économie documentaire, il est consommateur d'informations.

Selon l'environnement fonctionnel<sup>29</sup>, dans le premier réseau de relations (les tutelles ou les bailleurs de fonds), le service info-doc dépend directement et uniquement de la direction de l'association. La personne chargée de ce service dispose d'une certaine marge de manœuvre par rapport à sa tutelle, avec laquelle elle entretient un rapport étroit et de confiance. Dans le deuxième réseau de relations (les fournisseurs, les partenaires et les concurrents) la place du service info-doc est définie dans un réseau d'autres services info-doc de centres de ressources politique de la ville en France.

Selon l'environnement régulateur<sup>30</sup>, l'analyse du contexte du service info-doc de Profession Banlieue démontre qu'il est favorable aux activités de ce service.

Nous ne pouvons pas réellement établir de diagnostics pour le centre de documentation de Profession Banlieue, mais nous pouvons avancer des préconisations.

---

<sup>28</sup> Voir p. 89.

<sup>29</sup> Voir p. 67.

<sup>30</sup> Voir p. 74.



## 5. Préconisations et points de vigilance

Si nous ne pouvons pas établir de véritables diagnostics, nous pouvons néanmoins émettre des suggestions d'amélioration de certains services, issues de l'observation et des propositions des usagers eux-mêmes, recueillies lors de l'enquête et d'entretiens semi-directifs conduits auprès des membres de l'équipe de Profession Banlieue. Le travail d'analyse systématique a également fait émerger des réflexions aboutissant à des préconisations.

### 5.1. Des préconisations envers les usagers externes

#### 5.1.1. Les moyens

##### 5.1.1.1. Les moyens matériels

- Les locaux

Devant l'exiguïté de l'espace de stockage accessible aux usagers alors que le fonds ne cesse de s'accroître, il peut être possible de déplacer certains documents peu demandés hors de la salle de consultation, mais aussi de réfléchir à la gestion des documents, à leur cycle de vie et à leur archivage.

- Le fonds documentaire

- *La volumétrie*

Le volume des acquisitions est de 200 à 300 références par an pour les trois dernières années, ce qui a une incidence sur le stockage. Il n'est pas besoin de calcul précis pour évaluer la volumétrie en fonction de mètres linéaires à prévoir, car il est impossible d'agrandir l'espace de stockage accessible aux usagers.

En conséquence il faut :

- ✓ adapter la stratégie d'archivage ou de destruction
- ✓ réviser la politique de stockage des documents : passer au numérique le plus possible
- ✓ adopter une nouvelle stratégie d'acquisition :
  - réduction du nombre d'acquisitions
  - nouveaux critères de sélection des sources :
    - ❖ périodiques et articles
    - ❖ ouvrages

- *Les types de documents*

- ✓ Pour mieux adapter l'offre du service info-doc de Profession Banlieue à la demande, il faudrait étudier les demandes en fonction du type de documents pour savoir quels sont les documents les plus demandés. Il faudrait que les rapports d'activités de l'association recensent cette typologie.
- ✓ Pour mieux coller encore à l'identité du service spécialisé en Politique de la ville et particulièrement en Seine-Saint-Denis, et du service le plus fourni en documents, il serait utile d'obtenir les thèses universitaires traitant de près ou de loin les thématiques du centre de ressources.

- *Le support des documents*

De même, pour mieux adapter l'offre du service info-doc de Profession Banlieue à la demande, il faudrait étudier les demandes en fonction du support des documents (papier/numérique).

- *Le contenu des documents*

Pour connaître la plus-value du service info-doc de Profession Banlieue, en tant que centre de ressources Politique de la ville en Seine-Saint-Denis, il faudrait faire la différence entre les documents demandés par les usagers sur la politique de la ville en général et ceux qui concernent la Seine-Saint-Denis.

### 5.1.1.2. Les moyens humains

Ils sont en même temps suffisants et insuffisants, ce qui justifie l'emploi de stagiaires épisodiquement. Mais ne faudrait-il pas anticiper une surcharge de travail due à la mise en ligne de la base de données ?

## 5.1.2. L'activité : les services aux usagers et les produits documentaires

### Les services

- Les types de service

Pour mieux adapter l'offre du service info-doc de Profession Banlieue à la demande, il faudrait recueillir et analyser des informations détaillées sur le type de demandes des usagers (références bibliographiques, personnes et lieux ressources dans le département).

- L'accès aux documents :

- ✓ l'accès aux périodiques

Pour faciliter l'accès des usagers aux périodiques sur place, il faudrait que le présentoir sur lequel ils se trouvent soit plus visible. S'il ne peut être déplacé de la salle de travail de la chargée du service et de ses collègues à un espace de passage, il peut être rendu visible par une signalétique appropriée.

- ✓ l'accès aux documents papier

- ❖ Le plan de classement avec les cotes des thématiques est affiché derrière la porte de la salle de consultation, ce qui souvent le rend invisible. Il faudrait juste le déplacer dans un endroit dégagé.

- ❖ Le rangement des ouvrages se fait seulement par leur cote correspondant au plan de classement, ce qui rend malaisée la recherche des documents sur les étagères. La nouvelle version du logiciel documentaire devrait permettre un nouveau classement par cote et par numéro d'enregistrement pour chaque thématique.

- ✓ l'accès aux documents en PDF dans la base de données

Actuellement, ils ne sont pas accessibles du tout aux usagers extérieurs, mais quand la base de données sera en ligne début janvier 2013, leurs références seront accessibles. Cependant les documents en PDF leur demeureront inaccessibles en texte intégral pour une question de droit de reproduction. Afin de faciliter leur accès aux usagers, n'est-il pas envisageable de régler la question des droits de reproduction ?

- ✓ l'accès à :

- ❖ des conventions

- ❖ des cahiers des charges (pour futurs projets)

- ❖ des documents dématérialisés

- L'accès au centre de documentation à des heures plus tardives le soir

- La création de nouveaux services ou le développement de services existants

Pour être au plus proche des besoins des usagers, il serait utile de créer une rubrique Commentaires sur le site et sur le portail documentaire, ou Propositions ou l'équivalent, pour que les usagers contribuent à l'amélioration des services en collaboration avec la chargée du service.

Des services inexistant dans le service info-doc de Profession Banlieue ou le développement de l'accès à des documents sur certains supports (ex. vidéo...) peuvent être découverts au cours d'une démarche de benchmarking (comparaison) auprès d'autres centres de ressources Politique de la ville ou de ressources documentaires non spécialisés dans ce domaine.

- Le prêt à distance

- L'acquisition de documents

Pour augmenter le volume d'acquisition de thèses universitaires, la chargée du service pourrait intervenir auprès des professeurs ou des professionnels des bibliothèques universitaires.

Il existe bien le site du SUDOC<sup>31</sup> qui recense entre autres les thèses de toutes les universités en France, mais les toutes dernières thèses soutenues ne s'y trouvent qu'après un certain délai.

- Le traitement des documents :

- ✓ les articles de presse dépouillés qui étaient, après indexation selon un plan de classement différent de celui utilisé pour la base, imprimés et rangés dans des boîtes, devraient être dorénavant numérisés (scannés) ou téléchargés.

- ✓ les critères de la sélection des articles devraient être réévalués.

- ✓ les critères de la sélection des périodiques dépouillés devraient être réévalués.

## Les produits

Pour faciliter la lecture des références sinon des documents sur la politique de la ville pour les non spécialistes, il serait peut-être judicieux d'établir la liste de tous les sigles des instances, des protocoles ou autres dispositifs dans ce domaine.

Voici la liste des produits proposés par les usagers :

- ✓ la base de données en ligne
- ✓ une revue de presse
- ✓ le compte rendu d'événements
- ✓ des portraits
- ✓ des interviews
- ✓ une cartographie
- ✓ des synthèses

### 5.1.3. La communication sur le service info-doc

#### **En direction des usagers extérieurs, professionnels des villes ou d'association**

La chargée du service pourrait profiter de chaque réunion de professionnels, qui se tient dans les locaux de l'association, pour communiquer sur son service, notamment à l'aide d'une petite plaquette d'information.

#### **En direction des usagers extérieurs, étudiants ou chercheurs**

- La chargée du service pourrait recenser tous les départements universitaires intéressés par l'information diffusée par Profession Banlieue et par la documentation dont elle dispose. Elle pourrait se baser d'abord sur les départements dont sont issus les étudiants usagers de son service.
- De même, elle pourrait contacter les professeurs de ces départements et les secrétariats, et contacter encore les bibliothèques universitaires.

### 5.1.4. L'obtention d'informations sur les usagers

Pour obtenir des informations complémentaires sur les usagers du service en dehors d'une enquête, il faudrait ajouter certains critères (type de documents consultés ou empruntés...) à la fiche informations remplie quand les usagers se présentent dans le service documentaire.

---

<sup>31</sup> <http://www.sudoc.abes.fr>

## 5.2. Des préconisations envers les usagers internes

### 5.2.1. Les moyens

Les moyens matériels

- Le fonds documentaire

Il serait utile que les usagers internes partagent leurs sources propres. Elles seraient saisies dans la base de données.

### 5.2.2. L'activité : les services aux usagers et les produits documentaires

Les services

- Il faudrait créer une photothèque pour gérer les photos prises par l'équipe en lien avec certaines instances de travail (voyages d'étude à l'étranger ou visites sur site)
- Il faudrait donner accès aux articles de presse stockés dans des boîtes dans la salle de consultation sur support numérique, pour pouvoir croiser les thématiques par ville, et faire des recherches sur une thématique et la démultiplier facilement dans toutes les villes. Cela serait long avec les documents papier.

## 5.3. Les critères d'une enquête complémentaire

Nous avons regroupé ici les différents critères d'enquête, évoqués le long de ce mémoire et qui seront à intégrer entre autres dans un questionnaire complémentaire à celui qui a été rédigé et a été transmis aux usagers du service info-doc de Profession Banlieue, à l'occasion de la rédaction du cahier des charges de la création du portail documentaire.

### Critères sociologiques

- sur leurs modes de travail :
  - ✓ la nature du travail (de l'activité, si étudiant...)
  - ✓ les rythmes de travail
  - ✓ les contraintes spécifiques dans l'activité (délais, productivité...)
  - ✓ les modalités d'intervention (projets, tâches...)
  - ✓ les raisons de la recherche d'informations dans l'activité (décision, gestion de dossier...)
  - ✓ s'ils sont sédentaires ou nomades

### Critères informationnels

- sur la nature de l'information (contenu) :
  - ✓ le type d'information utilisée : IST, économique, juridique...
  - ✓ le type de contenus mobilisés (théorie, retours d'expérience, opinions, actualité...)
  - ✓ l'information brute ou élaborée
  - ✓ les champs documentaires
  - ✓ les types de documents
  - ✓ la part entre informations internes et externes
  - ✓ la place de l'information d'actualité
- sur les conditions d'usage :
  - ✓ le poids de l'information dans l'activité
  - ✓ l'usage régulier ou occasionnel

- ✓ le degré d'urgence de l'accès à l'information
- ✓ l'importance de la validité de l'information
- ✓ l'importance de l'exhaustivité de l'information
- ✓ les raisons de l'usage (validation, complément, mise à niveau, ouverture...)
- ✓ la nature des sources
- ✓ les critères de choix des sources (proximité, facilité d'usage, fiabilité...)
- ✓ le degré de connaissance et de contact avec les sources
- ✓ les situations génératrices de besoin d'info

#### **Critères comportementaux**

- sur leurs pratiques documentaires :
  - ✓ sources d'information consultées
  - ✓ modes personnels de traitement de l'information
  - ✓ organisation documentaire personnelle
  - ✓ degré et durées d'utilisation
  
- sur leur culture et les compétences informationnelles :
  - ✓ la culture et les compétences informationnelles
  - ✓ le degré de connaissance des outils (TIC)
  - ✓ la part des recherches menées personnellement
  - ✓ l'importance accordée à l'information documentaire
  - ✓ le degré d'autonomie
  
- sur les usages du service d'information :
  - ✓ les types de documents consultés
  - ✓ le support des documents
  - ✓ les services utilisés
  - ✓ les attentes en terme de critères de satisfaction

#### **L'image du service info-doc de Profession Banlieue**

En ce qui concerne son image à l'extérieur, nous supposons qu'étant donné sa notoriété due à son ancienneté, il doit occuper une place particulière parmi les autres services info-doc Politique de la ville avec lesquels il forme un réseau et dont il est complémentaire. Mais là encore une enquête auprès des usagers et des autres centres de ressources Politique de la ville serait nécessaire.

#### **Les concurrents**

Il serait intéressant d'utiliser une approche de benchmarking pour connaître le type d'offre de services et de produits documentaires que les concurrents proposent, leur public cible, leur fonctionnement, leur environnement...

# Conclusion

En réaction à la baisse de la fréquentation de ses usagers en 2011, le service info-doc du centre de ressources Politique de la ville de Profession Banlieue a envisagé une solution technique pour enrayer cette désaffection du public et a choisi de mettre en ligne sa base de données documentaire. Ce projet a fait l'objet de notre mission de stage qui a consisté en l'élaboration du cahier des charges fonctionnel et du zoning (distribution des blocs de texte ou d'image) de certaines pages du portail documentaire. Ces deux documents se sont révélés être de bonnes bases de travail pour les techniciens de G. B. Concept, l'éditeur du logiciel documentaire Alexandria, chargé de la création du portail documentaire de Profession Banlieue. La mise en ligne sera effective début 2013.

La solution choisie pour palier à la baisse de fréquentation du service info-doc est une solution technique qui n'a pas fait l'objet d'une analyse approfondie de l'ensemble du service ni de sa structure de tutelle, l'association Profession Banlieue.

Ainsi, ce projet, quoique nécessaire, ne pouvait pas suffire à valoriser le service documentaire de Profession Banlieue. En effet, pour déterminer la marche à suivre, il fallait plutôt recourir à une stratégie documentaire globale qui prendrait en compte tous les éléments déterminants concernant le service (moyens, public, environnement).

Il a donc été décidé d'élaborer une stratégie documentaire adaptée au service info-doc de Profession Banlieue. Nous avons choisi de suivre la méthodologie du marketing et plus particulièrement du marketing documentaire qui nous a semblé plus adéquate à la problématique du service info-doc de Profession Banlieue que celle du marketing relationnel.

Cette méthode s'est révélée efficace, car elle a permis d'envisager le service sous de multiples angles, tous nécessaires à la compréhension de son fonctionnement et à son évaluation. Le service fait partie d'un ensemble systémique dont le moindre élément est en rapport et en interaction avec les autres.

Ainsi, nous avons procédé à l'analyse interne du service (ses moyens matériels, humains et financiers ; son activité-offre de services sous l'angle de leur largeur et de leur profondeur, de la proximité ou de la distance, du front-office et du back-office et de la gestion du service).

Ensuite, nous avons analysé le public du service (selon une approche qualitative- caractéristiques sociologiques, informationnelles et comportementales, et quantitative-volume des différents segments).

Enfin, nous avons procédé à l'analyse externe du service (réseaux d'appartenance, du plus proche au plus éloigné-tutelles, hiérarchies et bailleurs de fond ; fournisseurs, partenaires et concurrents ; conjoncture dans chaque réseau.)

Grâce à quelques informations obtenues par l'observation directe, par des entretiens semi-directifs avec certains membres de l'équipe de Profession Banlieue, par les rapports d'activité annuels de l'association et par les résultats de l'enquête de satisfaction et prospective, menée avant la rédaction du cahier des charges fonctionnel nécessaire au projet de mise en ligne de la base de données, nous avons pu préconiser des améliorations.

En revanche, nous n'avons pas établi de diagnostics et en conséquence de stratégie, faute d'informations. Une nouvelle enquête complémentaire de la précédente est donc nécessaire pour recueillir les informations manquantes et élaborer une stratégie.

Nous avons tout de même pu déterminer les segments de public les plus importants du service eu égard à leur nombre : les étudiants et les professionnels des villes ou d'associations. Nous avons retenu des usagers externes comme public-cible dans la mesure où la mission du service les concerne, même si les usagers internes doivent également être pris en compte et convaincus de l'intérêt d'utiliser les offres du service info-doc.

C'est donc en fonction des usagers externes que l'offre de services sera évaluée.

À l'heure actuelle, nous manquons d'éléments notamment sur les besoins des usagers pour envisager des scénarios dans l'offre de services.

Malgré le peu d'informations, nous pouvons tout de même déduire des analyses qu'aucun dysfonctionnement grave ne touche le service info-doc de Profession Banlieue. Ce petit centre de documentation fonctionne et satisfait les demandes de ses usagers, sauf en ce qui concerne l'accès aux documents à distance. Cette revendication des usagers sera bientôt satisfaite grâce à la mise en ligne de la base de données documentaire et à la création d'un portail documentaire, début 2013.

À l'avenir, le service devra effectuer régulièrement un bilan pour améliorer ses services.

Ce travail d'analyse s'est révélé long, car il a été méthodique, systématique. Cependant, il était utile, et même indispensable. Il a montré combien il est important de suivre une méthode, quand il faut brasser de nombreux paramètres et les analyser dans des contextes différents. Les mêmes paramètres ont été analysés sous des angles divers, ce qui sans méthode aurait été impossible.

En ce qui concerne la méthode du marketing documentaire, après l'avoir expérimentée, en suivant, phase après phase, le manuel des chercheurs en information-documentation Florence Muet et Jean-Michel Salaün, il semble que le marketing relationnel, qui « privilégie la fidélisation et le contact étroit avec le client » [3], propose des critères d'analyse identiques à ceux du marketing documentaire touchant entre autres le public et ses caractéristiques : ses attentes en information, son comportement...

Il serait intéressant d'expérimenter, comme nous l'avons fait avec le marketing documentaire, la méthode du marketing relationnel, qui demande notamment de « nouveaux paradigmes dans les modes de production, de gestion des accès et de diffusion de l'information, de format des prestations. » [5, p. 52-63]

Cela peut apporter des notions complémentaires à celles révélées par le marketing documentaire. [5, p. 24]

L'approche qualité, évoquée par Florence Muet et Jean-Michel Salaün<sup>32</sup>, est aussi à prendre en compte quand il s'agit de valoriser un service info-doc. Elle suit le même objectif que la méthode marketing : « (...) la carte de la qualité (bien comprise) est un atout majeur pour conquérir de nouveaux clients ou usagers puis pour les fidéliser ; bref, pour devenir des "gagnants" » [9, p. 18]

Selon Éric Sutter : « Marketing, analyse de la valeur, qualité : ces trois approches sont complémentaires parce que la priorité au client est leur préoccupation commune. » [9, p. 31]

Même si : « La qualité est seconde par rapport au marketing » [9, p. 35], elle est nécessaire.

Et puisque : « Il ne peut y avoir de démarche qualité sérieuse et efficace, s'il n'y a pas au sein de l'organisme une stratégie marketing claire, précisant la vocation de l'organisme (son "métier", son expertise, sa mission, etc.), ses cibles privilégiées de clientèle ou d'usagers, son positionnement par rapport à la concurrence (dans un contexte marchand) ou par rapport à d'autres institutions (dans un contexte non marchand. » [9, p. 35-36], il est indispensable qu'après avoir effectué le travail d'analyse préconisé dans la méthode marketing documentaire, nous passions à l'approche qualité afin d'organiser le service info-doc en fonction de l'objectif de qualité défini.

« La gestion de la qualité est l'ensemble des mesures organisationnelles que l'on va mettre en œuvre pour faire en sorte que les produits et services d'information que nous réalisons satisfassent l'objectif de qualité qu'on s'est fixé : c'est un ensemble de méthodes et d'outils que l'on va utiliser pour faire la chasse aux points faibles et aux coûts inutiles. » [9, p. 49]

---

<sup>32</sup> Se reporter p. 88.



# **BIBLIOGRAPHIE**

Cette bibliographie analytique est organisée par thèmes dans l'ordre dans lequel ils apparaissent dans la rédaction.

Chaque référence est commentée et indexée.

Les chiffres dans le texte renvoient aux références bibliographiques listées par ordre alphabétique.

## **MARKETING**

[1] HETZEL Patrick. Le marketing relationnel, Paris, édition Presses universitaires de France, 2004. 127 p. Collection Que sais-je ? N° 2063. ISBN 2-13-054270-0

Cet ouvrage généraliste explique un courant du marketing qui inscrit la démarche marketing dans la construction d'une relation de confiance, individualisée entre les entreprises et leurs clients. Une preuve de plus que les méthodes marketing peuvent s'adapter aux services d'information pour qui l'utilisateur a toujours été leur cœur de cible.

### **Marketing, marketing relationnel, entreprise, clients, marché, fidélisation**

[2] MUET Florence, SALAÛN Jean-Michel. Stratégie marketing des services d'information. Bibliothèque et Centres de documentation, Paris, Éditions du Cercle de la Librairie, 2001. 221 p. ISBN 2-7654-0794-0

Manuel sur le marketing appliqué aux services d'information. La démarche est expliquée étape par étape avec des outils (tableaux, matrices...) et concerne toutes les configurations de structures d'information (bibliothèques municipales, universitaires, centres de documentation dans des entreprises, des associations...). Des études de cas sont même présentées pour rendre les choses encore plus claires. Il comporte un glossaire. C'est un bon outil de travail.

### **Marketing, stratégie, outils, marketing documentaire**

[3] MUET Florence. Comment définir et mettre en œuvre une stratégie d'offre. Documentaliste – Sciences de l'information, 2008, vol. 45, n°1, p. 34-35.

Cet article est plus récent que le manuel que l'auteur a coécrit avec Jean-Michel Salaün et permet de prendre connaissance des avancées de la réflexion sur le marketing documentaire en France.

### **Marketing, stratégie, outils, marketing documentaire**

[4] PARIOT Yves. Les outils du marketing stratégique et opérationnel, Paris, Éditions d'Organisation, Groupe Eyrolles, 2<sup>e</sup> édition, 2011. 200 p. Collection "Livres outils". ISBN 978-2-212-54781-8

Livre de référence sur la stratégie marketing appliquée aux entreprises. Il apporte les outils nécessaires à cette stratégie et la manière de les utiliser. Il comporte un glossaire des termes de stratégie et de marketing très pratique, de même qu'un index. Le plan n'est pas toujours très clair en ce qui concerne les sous-rubriques. Il y a des allers et retours entre l'analyse du marché et celle des concurrents, par exemple, qui sont déconcertantes. Pour rendre le choix des différentes matrices présentées dans le corps du texte plus facile, l'auteur a élaboré un tableau de leur utilisation en fonction de différents champs (environnement de l'entreprise, concurrents, clients...). Cet ouvrage nous a permis de mieux comprendre ce qu'était le marketing et en conséquence de mieux comprendre le marketing adapté aux services info-doc.

### **Marketing, entreprise, outils, stratégie, marketing stratégique**

[5] SINGH Rajesh. Developing relationship marketing with customers : a Scandinavian perspective. Library Management, 2003, vol. 24, n° 1-2, p. 34-35.  
Cité par MUET Florence qui a traduit partiellement cet article. Traduction AAT, Paris, in Documentaliste-Sciences de l'information 2008, vol. 45, n°1, p. 52-63.

Cet article prône la stratégie du marketing relationnel tel qu'il est envisagé en Scandinavie. Il insiste sur l'adéquation de ce mouvement de marketing avec les services d'information-documentation et les bibliothèques.

#### **Marketing relationnel, marketing documentaire, gestion de la relation client**

[6] SUTTER Éric. Le marketing des services d'information. Paris, ESF éditeur, 1994. 207 p. Collection Systèmes d'information et nouvelles technologies. ISBN 2-7101-1068-7

Cet ouvrage déjà ancien introduit le concept de marketing dans le domaine de l'info-doc. Sa lecture est nécessaire pour comprendre la démarche du marketing documentaire telle que la présentent Florence Muet et Jean-Michel Salaün dans leur manuel.

#### **Marketing documentaire**

[7] TORRES Ingrid. Le marketing des services d'information et de documentation : une étude documentaire. Documentaliste-Sciences de l'information, vol. 39, 2002/6, p. 290-297.

Cet article, présentant les principales conclusions d'une étude documentaire réalisée en 2002 sur le marketing des bibliothèques et des centres de documentation, a été retenu pour la définition précise du marketing documentaire par l'auteur.

#### **Marketing documentaire**

[8] Documentaliste – Sciences de l'information. Paris, ADBS, 1964- , Bimestriel.

#### **QUALITÉ**

[9] SUTTER Éric. Documentation, information, connaissances : la gestion de la qualité. Paris, ADBS éditions, 2002. 327 p. ISBN 2-84365-058-5

Cet ouvrage explique en quoi la démarche qualité est nécessaire au bon management des centres de documentation.

#### **Qualité, documentation, information, gestion de la qualité**

# **ANNEXES**

## ANNEXE 1 Fiche descriptive de Profession Banlieue



### Fiche type descriptive

Centre de ressources : Profession Banlieue

**Membres de l'équipe et fonctions : 6 personnes à temps plein**

Bénédicte Madelin : directrice  
Olivia Maire : directrice adjointe  
Stéphanie Lenoir : assistante de gestion  
Candice Vincent : chargée de mission  
Elsa Micouraud : chargée de la documentation et de la gestion de l'information, et de la mise à jour du site Internet

**Intitulé du poste et missions du (des) chargé(e)s d'information-documentation :**

Chargée de la documentation et de la gestion de l'information  
- responsable de la documentation  
- accueil et orientation des utilisateurs  
- création et diffusion d'outils d'information en lien avec les activités de Profession Banlieue  
- suivi de groupes de travail et organisation des « 5 à 7 »  
- réalisation technique de la Lettre de Profession Banlieue (tous les 2 mois)  
- appui à l'équipe via la documentation, veille documentaire

**Caractéristiques de « l'espace documentaire » :**

- existence d'un centre de documentation, d'un espace dédié : oui  
- horaires d'ouverture : tous les jours sur rendez-vous (9/13 h - 14/18 h du lundi au jeudi et 9/16 h le vendredi)

**Fonds documentaire :**

- nombre de documents : plus de 7500 références, environ 100 périodiques  
- types de documents : ouvrages, revues, rapports, documents officiels, documents contractuels, mémoires universitaires  
- thèmes couverts : thèmes transversaux de la politique de la ville, informations locales sur le département de la Seine-Saint-Denis  
- plan de classement : oui  
- politique d'acquisition, de développement du fonds (modalités et critères de sélection) : via la veille, sélection d'ouvrages/documents dans la presse, discussion en réunion d'équipe et demande en service de presse ou commande.  
- informatisation (oui/non) – logiciel documentaire utilisé : oui – Alexandria, version 6.3.0  
- traitement documentaire : catalogage, indexation, résumé ; dépouillement des revues et photocopie d'article  
- thésaurus : oui / Politique de la ville  
- abonnements (liste) : ASH, Alternatives économiques, Gazette des communes, Le Monde (électronique), Le Parisien édition Seine-Saint-Denis (électronique), Lien social, Urbanisme, Urbapress, VEI

- autres : réception gratuite des journaux ou bulletins municipaux des villes du département ; divers périodiques locaux/nationaux

**Activités documentaires (modalités de diffusion – publics destinaires) :**

- revue de presse : non

- liste de nouveautés / bibliographies thématiques : bibliographies thématiques sur demande ou pour les dossiers des participants

- dossiers documentaires (liste) : dossiers thématiques, dossiers villes, dossier département

- signets : /

- synthèses : /

- accueil (téléphone, mail) : oui

- consultation sur place : oui

- prêt de documents : oui, 3 documents pour 3 semaines, adhésion de 10 euros obligatoire pour le prêt (pour les non adhérents de l'association et notamment les étudiants)

- recherches documentaires (types de demandes) : oui

- veille (thèmes, modalités, outils) : tous les thèmes de la politique de la ville et les thématiques abordées dans notre programme de travail via le dépouillement de la presse et autres documents reçus, les sites Internet, flux RSS....

- autres : recensement de lieux ressources sur le département et recensement de cabinets de consultant et bureaux d'études

**Utilisateurs**

En 2011, 101 personnes ont sollicité et utilisé la documentation. Plus de la moitié par téléphone ou par mail. Ce sont surtout des étudiants d'université de la région francilienne ou d'écoles (service social, urbanisme...), des professionnels des villes, des services de l'État et d'associations.

**Informations complémentaires**

- historique :  
Profession Banlieue est une association qui a été créée fin 1993 afin de soutenir et de qualifier l'action des professionnels de la politique de la ville en Seine-Saint-Denis. C'est un lieu de qualification, de connaissance et de capitalisation

- projets en cours : la mise en ligne de la base de données et la dynamisation du site Internet

- participation aux autres activités du centre de ressources : oui  
participation aux réunions mensuelles des chefs de projet et à certaines actions de Profession Banlieue ; suivi du groupe de travail des coordonnateurs ASV ; organisation des ventes d'ouvrage à l'extérieur lors de manifestation

## ANNEXE 2 Le questionnaire



Votre avis nous est précieux ! Quelques questions sur l'usage du centre de documentation de Profession Banlieue

**1. Vous travaillez ou êtes :**

(Cochez la bonne réponse)

- Association
- Ville ou EPCI
- Conseil général
- État
- Étudiant(e)
- Autre, précisez :

**2. Vous travaillez dans la politique de la ville :**

- Oui
- Non

**3. Connaissez-vous l'existence du centre de documentation de Profession Banlieue ?**

- Oui

Si Non, reportez-vous à la question n° 8

**4. Avez-vous déjà utilisé ses services ?**

- Oui

Si, non, reportez-vous à la question n° 8

**5. Êtes-vous déjà venus au centre de documentation ?**

- Oui
  - pour défricher et préciser un sujet
  - pour consulter sur place
  - pour emprunter des documents
  - Autre, précisez :

- Non Pourquoi :

Et comment trouvez-vous les informations dont vous avez besoin ?

**6. Avez-vous été satisfaits des services rendus ?**

- Oui      *Pourquoi :*
- Non      *Pourquoi :*

**7. Avez-vous des propositions pour améliorer ces services ?**

-

**8. Si vous pouviez avoir accès en ligne aux références disponibles à Profession Banlieue, cela vous serait-il utile ?**

- Oui
- Non      *Pourquoi :*

**9. Pour faire votre recherche en ligne, vous préférez**

- une recherche simple
- une recherche multi-critères

Précisez avec quels critères (exemple titre, mot-clé, date de parution...):

**10. Que feriez-vous avec les résultats de votre recherche ?**

*Classer vos réponses par ordre de préférence de 1 à 4*

- Impression
- Extraction de certaines références
- Rendez-vous pour consultation sur place
- Réservation de références pour un futur emprunt

**11. Parmi ces informations, lesquelles vous seraient les plus utiles ?**

*Classez-les par ordre de préférence de 1 à 6*

- Sélection de sites utiles
- Données chiffrées
- Bibliographies
- Derniers documents mis en ligne sur...
- Rapports officiels, textes législatifs
- Autres, précisez :

**Merci d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire.**



## **ANNEXE 3 Les conclusions de l'enquête**

### **Les conclusions de l'enquête sur l'évaluation de l'utilisation des ressources du centre de documentation de Profession Banlieue et la mise en ligne de la base de données documentaire**

Devant la baisse de l'utilisation des ressources documentaires particulièrement nette en 2011 (avec une centaine de requêtes seulement alors que l'année 2004 en enregistrait 233), et après la décision de la mise en ligne de la base de données via le site Internet de l'association, il a semblé nécessaire de réaliser un questionnaire auprès des interlocuteurs et du "public" de Profession Banlieue (professionnels de la politique de la ville du département de la Seine-Saint-Denis, utilisateurs des ressources du centre de documentation entre 2010 et 2012, professionnels de l'info-doc de certains centres de ressources et du réseau REMISIS et départements universitaires). Ensuite, le questionnaire a été mis en ligne sur le site de l'association.

L'objectif de ce questionnaire est double. Savoir si :

- "Le public" de l'association connaît le centre de documentation, fait appel à ses services, de quelle façon et s'il en est satisfait
- Une recherche en ligne lui serait utile et de quelle manière

Le questionnaire s'est donc composé de deux parties, l'une consacrée au centre de ressources tel qu'il fonctionne actuellement (recherches de documents effectuées par téléphone ou mail et en présentiel), et l'autre, à la future mise en ligne de la base de données.

Sur 571 questionnaires envoyés, seulement 110 ont été retournés, soit 19%. Comme ce dépouillement est davantage qualitatif que quantitatif, même s'il contient quelques statistiques, ce pourcentage nous permet d'avoir une bonne idée de l'usage du centre de documentation de Profession Banlieue.

#### **1. Le statut des personnes consultées**

- 57% font partie des services municipaux ou des structures publiques intercommunales ("villes")
- 20% travaillent dans des associations
- 23% relèvent de statuts divers (professeurs d'université, étudiants, consultants, employés d'un Conseil général, de l'Etat, journalistes...)

#### **2. Leur rapport avec la politique de la ville**

- Le premier groupe des "villes" est lié pour 81% à la politique de la ville
- Le deuxième, pour 73%
- Le troisième, pour 44%

**Commentaire : une majorité de personnes ayant répondu travaille dans des structures de villes sur des problématiques de la politique de la ville.**

#### **3. Le centre de documentation de Profession Banlieue**

- 85% des personnes qui ont répondu connaissent le centre

##### **3.1. Prise de contact**

- 45% des personnes qui ont répondu ont pris contact avec le centre : 86% s'est déplacé (visites) alors que 14% a pris contact par téléphone, mail ou par le site de l'association

##### **3.2. Objectifs des visites**

- Consultation 45%
- Précision d'un sujet 38%
- Emprunt 16%
- Achats 1%

### 3.3. Satisfaction des usagers

- 90% a exprimé son entière satisfaction en raison de la disponibilité de leurs interlocuteurs sur place et de l'efficacité du site pour ceux qui l'ont consulté

### 3.4. Améliorations proposées

- Dématérialisation des documents, pour une majorité de réponses, et téléchargement en ligne
- Visites: horaires plus tardifs le soir et salle plus grande
- Prêt : un système en coordination avec les services documentaires des villes

### 3.5. Freins aux visites (liste hiérarchisée)

- L'éloignement géographique
- L'ignorance de l'existence du centre
- Le manque de temps
- L'accès en interne à l'information : Internet et documentation

**Commentaire : la très grande majorité des personnes qui ont répondu connaissent le centre de ressources et un peu moins de la moitié a utilisé les ressources du centre de documentation, essentiellement en s'y déplaçant pour consulter des documents et/ou pour préciser une problématique.**

**La satisfaction des services rendus est unanime.**

**Les améliorations proposées concernent surtout l'accès des ressources en ligne.**

**Le frein principal aux visites est l'éloignement géographique entre le public et le centre.**

## 4. La mise en ligne de la base de données

### 4.1. Recherche de documents

#### 4.1.1. Type

- 64% des personnes consultées souhaitent une recherche multicritère
- 36%, une recherche simple

#### 4.1.2. Critères (liste hiérarchisée)

- Mots-clés/mots-clés croisés (35%)
- Titre et mot du titre (18%)
- Auteur (17%)
- Date de parution (13%)
- Thématique (10%)
- Editeur
- Type de document
- Dispositif

#### 4.1.3. Raisons invoquées pour les recherches en ligne (liste hiérarchisée)

- Accès facile et rapide
- Pas de déplacement
- Gain de temps
- Préparation visite

### 4.2. Décision après obtention des résultats des requêtes :

(Liste établie selon un ordre de préférence de 1 à 4 d'après les réponses à des propositions exprimées dans le questionnaire)

- **Extraction** : premier choix, soit 56% du total des réponses sur cette question

- **Impression** : deuxième choix, soit 43% du total des réponses sur cette question
- **Prise de rendez-vous** avec le centre de documentation : quatrième choix, soit 52% du total des réponses sur cette question
- **Réservation de documents** pour emprunt : quatrième choix, soit 38% du total des réponses sur cette question

**Commentaire : une majorité de réponses se dégage en faveur d'une recherche multicritère, mettant principalement en avant l'emploi de mots-clés.**

**L'intérêt pour les recherches en ligne provient d'abord de l'accès facile et rapide des documents.**

**Parmi les propositions d'action après obtention des résultats des requêtes, l'extraction domine suivie de l'impression et des prises de rendez-vous et de la réservation de documents.**

## **5. Les informations les plus utiles**

Cette liste contient les cinq propositions exprimées dans le questionnaire plus une question ouverte, selon un ordre de préférence de 1 à 6. Les quatre premières réponses ont été retenues, car elles sont les plus significatives.

### **5.1. Documents les plus récents mis en ligne**

- Première position, soit 26% du total des réponses sur cette question
- Troisième position, soit 24% du total des réponses sur cette question

### **5.2. Données chiffrées (sur la Seine-Saint-Denis)**

- Deuxième position, soit 25% du total des réponses sur cette question

### **5.3. Sélection de sites utiles (sur le territoire de la Seine-Saint-Denis)**

- Quatrième position, soit 23% du total des réponses sur cette question

### **5.4. Bibliographie**

- Cinquième position, soit 31% du total des réponses sur cette question

### **5.5. Rapports officiels, textes législatifs**

- Cinquième position, soit 26% du total des réponses sur cette question

### **5.6. Propositions libres**

- Analyses par et pour les acteurs du 93
- Revue de presse
- Comptes rendus d'événements
- **Deuxième position :**
- Portraits
- Interviews
- Cartographie
- Convention (document contractuel )
- Cahier des charges (pour futurs projets )
- **Troisième position :**
- Fiches d'expérience sur les actions et les projets dans le 93
- Cas pratiques
- Synthèses
- **Sixième position :**
- Groupe de travail en cours (mutualisation ? style blog ?)

**Commentaire : parmi les cinq propositions du questionnaire, les documents les plus récents mis en ligne viennent en première et troisième positions ; les données chiffrées, en deuxième position ; les sites utiles, en quatrième position ; la bibliographie et les rapports officiels ou textes législatifs, en cinquième position.**

**Parmi les propositions libres émises par les personnes qui ont répondu, viennent en deuxième position : des portraits, des interviews, une cartographie, des modèles de documents**

contractuels comme le cahier des charges. En troisième position : les fiches d'expérience sur les actions et les projets dans le 93, les cas pratiques, les synthèses. En sixième position : des informations sur les groupes de travail en cours. Ce dernier cas, représentant la proposition la moins valorisée par la personne qui a répondu, pose un doute sur la compréhension de l'énoncé de la question. Néanmoins, elle est intéressante.

En résumé, viennent dans l'ordre de valorisation :

- Les documents les plus récents
- Les données chiffrées et les portraits, les interviews, la cartographie, le modèle d'un cahier des charges ou d'autres documents contractuels
- Les documents les plus récents et les fiches d'expérience sur les actions et les projets dans le 93, les cas pratiques, les synthèses
  - Les sites utiles
- La bibliographie, les rapports officiels et les textes législatifs et des informations sur les groupes de travail en cours

### **Conclusion**

Il ressort clairement des réponses à l'enquête que la mise en ligne de la base de données répond bien à un besoin des usagers du centre de documentation, qui ont tous répondu positivement à la question de l'utilité pour eux de la consultation en ligne des documents du centre.

En revanche, les raisons de la baisse de l'utilisation du centre sont peu renseignées.

A la réflexion, c'est sans doute en raison du fait que le questionnaire (par ex. question 4, on aurait dû ajouter une case Non pourquoi) a été élaboré davantage en fonction de la future mise en ligne des documents.

Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

	Totaux	Assoc.	Ville/EPCI	Cons. gén.	Etat	Consult.	Etudiants	Journalistes	Autres
		22	63	4	6	3	4	2	6
<b>Politique de la ville</b>		16	51		2	2	1	1	5
<b>Connaissance du centre de doc</b>									
Oui	93								
<b>Contact avec PB</b>									
Tél./mail/site	7								
Visite	43								
<b>Raisons des visites</b>									
Pour préciser sujet	22								
Pour consultation	26								
Pour emprunts	9								
Achats	1								
<b>Satisfaction</b>	45								
<b>Causes de satisfaction sur place</b>									
Disponibilité	8								
Pré-sélection des documents	1								
Bons conseils	5								
Efficacité	5								
Documentation facilement accessible	1								
Vaste choix thématiques	1								
Nombre de ressources	1								
Intérêt des informations	1								
Bibliographie	2								
<b>Causes d'insatisfaction</b>									
Nombre de docs faible	1								

Double-cliquez ici pour ajouter un pied de page

Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

Trajet	1									
<b>Causes de satisfaction à distance</b>										
Site bien fait	1									
<b>Propositions d'amélioration</b>										
Webzine	1									
Ouverture plus tard le soir	1									
Dématérialisation des docs	3									
Système de prêts avec les services doc des villes	1									
Téléchargement en ligne avec paiement	1									
Salle plus grande	1									
<b>Pas de visite</b>										
<b>Raisons de l'absence de visite</b>										
Ignorance du centre	3									
Manque de temps	1									
Eloignement	4									
<b>Accès à l'information</b>										
Internet	6									
Doc. interne	3									
<b>Recherche en ligne</b>										
Simple	42									
Multicritère	74									
<b>Critères</b>										
Titre	23									
Mot du titre	1									
Auteur	22									
Editeur	4									

Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

Mot-clé	45								
Mots-clés croisés									
Date parution	17								
Thématique	13								
Dispositif	1								
Type de document	4								
<b>Raisons de la recherche en ligne</b>									
Accès à des documents que l'on n'a pas	3								
Accès à des docs sur la politique de la ville	3								
Accès facile et rapide	5								
Gain de temps	3								
Ne pas se déplacer	4								
Réactivité	1								
Préparation visite	3								
Alimenter une réflexion d'équipe	1								
<b>Résultats de la recherche en ligne dans l'ordre hiérarchique de préférence</b>									
Impression1	27								
Impression2	44								
Impression3	16								
Impression4	16								
Extraction de références1	59								
Extraction de références2	26								

Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

Extraction de références3	12								
Extraction de références4	8								
Rendez-vous PB1	10								
Rendez-vous PB2	14								
Rendez-vous PB3	19								
Rendez-vous PB4	47								
Réservation pour emprunt1	6								
Réservation pour emprunt2	20								
Réservation pour emprunt3	14								
Réservation pour emprunt4	25								
<b>Informations en ligne les plus utiles dans l'ordre hiérachique de préférence</b>									
Sélection de sites utiles1	22								
Sélection de sites utiles2	21								
Sélection de sites utiles3	21								
Sélection de sites utiles4	24								
Sélection de sites utiles5	15								
Sélection de sites utiles6									



Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

Données chiffrées1	23									
Données chiffrées2	25									
Données chiffrées3	18									
Données chiffrées4	20									
Données chiffrées5	12									
Données chiffrées6	4									
Bibliographie1	9									
Bibliographie2	19									
Bibliographie3	15									
Bibliographie4	21									
Bibliographie5	30									
Bibliographie6	3									
Documents les plus récents1	27									
Documents les plus récents2	17									
Documents les plus récents3	25									
Documents les plus récents4	12									
Documents les plus récents5	19									
Documents les plus récents6	4									
Rapports officiels, textes législatifs1	18									

Dépouillement questionnaire utilisateurs fonds documentaire de Profession Banlieue

Rapports officiels, textes législatifs2	14									
Rapports officiels, textes législatifs3	21									
Rapports officiels, textes législatifs4	17									
Rapports officiels, textes législatifs5	26									
Rapports officiels, textes législatifs6	4									
Livres	1									
Fiches d'expérience sur les actions et projets dans le 93	1									
Analyses par et pour les acteurs du 93	1									
Revue de presse	1									
Portraits 2	1									
Interviews 2	1									
Cartographie 2	1									
Fiches d'expérience 3	1									



## Cahier des charges fonctionnel du projet de mise en ligne de la base de données de Profession Banlieue

### Présentation globale du projet

**Les causes** : la baisse de l'utilisation des services de la documentation de l'association Profession Banlieue

**La solution envisagée** : la mise en ligne de la base de données de la documentation sur le site Internet de l'association avec la migration de la base de données sous Alexandria 6.3 à la version 7.

**L'objectif** : valoriser le centre de documentation qui est riche et unique dans la mesure où il comprend des documents rares, et d'augmenter le nombre de ses utilisateurs.

### Description du contexte du projet

#### Le commanditaire :

- **Description** : l'association Profession Banlieue, centre de ressources de six personnes sur la politique de la ville en Seine-Saint-Denis.
- **Activités** :
  - accompagnement des professionnels sur les évolutions urbaines et sociales, mise en rapport de chercheurs et de personnes travaillant sur le terrain, échanges d'expériences...
    - Moyens : organisation de groupes de travail, de cycles de qualification, de séminaires, d'ateliers... donnant lieu à publication.
  - Publication
  - Centre de documentation
- **Actions préparatoires au projet** :
  - Questionnaire auprès des utilisateurs du centre de documentation :
    - enquête de satisfaction, pour comprendre les raisons de la baisse d'utilisation des services de la documentation

- sondage sur leurs besoins de recherche d'informations en ligne
  - Résultat de cette enquête : confirmation du bien-fondé de ce projet
- **Autres actions préparatoires au projet :**
  - Observation de projets similaires aboutis d'articulation d'une base de données et d'un site Internet (les quatre autres centres de ressources sur la politique de la ville avec lesquels Profession Banlieue est en lien et met à jour son thésaurus : Pays et quartiers d'Aquitaine (PQA), Villes au carré (Villes <sup>2</sup>), Ressources et Territoires, CRPV. Ces centres partagent la même base de données, COSOTER (logiciel PB).
  - Comparaison des résultats (ergonomie, facilité de recherche, intuitivité, affichage des résultats, leur diffusion...)
  - Observation de la base COSOTER (ergonomie, facilité de recherche, intuitivité, affichage des résultats, leur diffusion...)

## Analyse du besoin

### Migration de la base de données en version 7

Utilisateurs	Besoins
Documentaliste	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Service du prêt (autres ?) cf. Incidences de la migration ... doc. word</li> <li>▪ Saisie simultanée dans la base sur l'ordinateur et sur le portail</li> <li>▪ Archivage</li> </ul>
L'équipe de Profession Banlieue	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Accès direct à la BDD sur chaque poste (4 sûrs)</li> <li>▪ Accès restreint par une identification personnelle pour consultation seulement</li> <li>▪ Accès à tous les documents même en PDF (recherche plein texte)</li> </ul>

## Portail de la base de données

Utilisateurs	Besoins
<ul style="list-style-type: none"><li>• Professionnels de la politique de la ville en Seine-Saint-Denis</li><li>• Associations dans le domaine de la politique de la ville en Seine-Saint-Denis</li><li>• Etudiants en politique de la ville en Seine-Saint-Denis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• faire des recherches de documents</li><li>• obtenir des résultats</li><li>• exploiter les résultats</li><li>• entrer en contact avec la documentation de Profession Banlieue</li></ul>

## Analyse de l'existant

Au centre de documentation, la documentaliste s'acquitte des tâches documentaires classiques : acquisition de documents papier et numériques, téléchargement ou pas ; indexation de ces documents au moyen de différents plans de classement selon les documents et d'un thésaurus ; rangement physique des documents ; alimentation d'une base de données sous Alexandrie 6 ; archivage ; recherches de documents ; livraison des résultats aux utilisateurs soit par mail soit sur place ; gestion des prêts. La documentaliste met également en page la Lettre bimestrielle distribuée aux adhérents et assure la mise à jour du site Internet.

Hors de ses fonctions documentaires, elle est en charge de la rubrique Santé pour l'association.

Outils :

- plans de classement

- thésaurus
- base de données sous Alexandria 6.3
- site Internet

## Spécifications applicatives

Fonctions de service attendues (pour que)	Caractérisation de la fonction (il faut que)	Moyens (au moyen de)	Spécifications des moyens (par)
Accéder à des documents	Faire des recherches	Formulaire de recherche simple	Rubriques (déjà affichées ?) Mots-clés Auteur (ordre alphabétique) Titre Date de parution Éditeur Type de documents (déjà affichés ?) Ville (menu déroulant ?)
Accéder à des documents	Faire des recherches	Formulaire de recherche multicritère	Rubriques (déjà affichées ?) Mots-clés Auteur (ordre alphabétique ?)

			Titre Date de parution Éditeur Type de documents (déjà affichés ?) Ville (menu déroulant ?) Collection Résumé
Interdire l'accès des documents en PDF	Faire des recherches	Formulaires de recherche	Critères sans les PDF
Retrouver des recherches précédentes	Conserver l'historique des recherches	Tracer, sauvegarder les différentes phases recherches	Dispositif ad hoc [Hyperlien (Créer un compte) ou icône (panier)...]
Proposer des résultats	Afficher le nombre de résultats	Nouvelle page avec rappel de la recherche Nombre de résultats	Dispositifs ad hoc [Icône ou hyperlien (Afficher)]
Afficher les résultats trouvés	Nouvelle page avec les résultats	Liste par titre et auteur	Métadonnées en hyperliens
Cumuler les résultats de différentes recherche	Sauvegarder les résultats successifs	Dispositif de sauvegarde	Dispositif ad hoc [Icône (panier)]



Exploiter les résultats	Extraire les résultats		Dispositif ad hoc
	Imprimer les résultats	Dispositif	Icône d'impression
	Diffuser	e-mail Réseaux sociaux	Dispositifs ad hoc
Prendre rendez-vous avec la documentation de Profession Banlieue	Contacteur Profession Banlieue	Lien	Hyperlien vers l'adresse de la documentation
Réserver des documents	Contacteur Profession Banlieue	Lien	Hyperlien vers l'adresse de la documentation
	Réserver directement	Formulaire	Hyperlien vers l'adresse de la documentation

### Spécifications de réalisation

Service concerné : la documentation. Responsable du projet : la documentaliste. Comité de validation : la directrice de Profession Banlieue.

Contraintes techniques :

- Reprendre la charte graphique du site Internet
- Simplicité
- Intuitivité

**Planification**

Calendrier des prestations : début des travaux, rapports d'étape, final et livraisons

**Bénéfices attendus et procédures d'évaluation****Evolutions possibles**

Possibilité d'ajouter la base de données à d'autres postes de l'association ultérieurement ?

**Spécifications administratives et contractuelles**

Livrables et engagement du développeur

**Budget détaillé** (chaque fonction, coûts des produits et services, d'installation et de maintenance...)

**Modalités de paiement**

## Ergonomie des pages du portail documentaire

### Charte graphique

Reprendre la charte graphique du site de PB

### Charte éditoriale

#### Contenus par cadres et blocs du portail documentaire

#### Page d'accueil

##### Cadre En-tête (sur toutes les pages)

- **Bloc du bandeau**  
Reprise bandeau du site (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre) sur toutes les pages
- **Bloc Nom du portail** (Portail infodoc ? Portail documentaire...) sur toutes les pages
- **Bloc Hyperlien vers le site PB** sur toutes les pages
- **Bloc Fil d'Ariane** sur toutes les pages (sauf page d'accueil). Le nom des pages est cliquable pour les atteindre (pas besoin de bloc Retour page précédente)

##### Cadre Colonne de gauche

- **Bloc Recherche simple**
- **Bloc Recherche avancée**
- **Bloc Lancement de la recherche**
- **Bloc Présentation de PB** (repris du site)

##### Cadre Contenu Centre

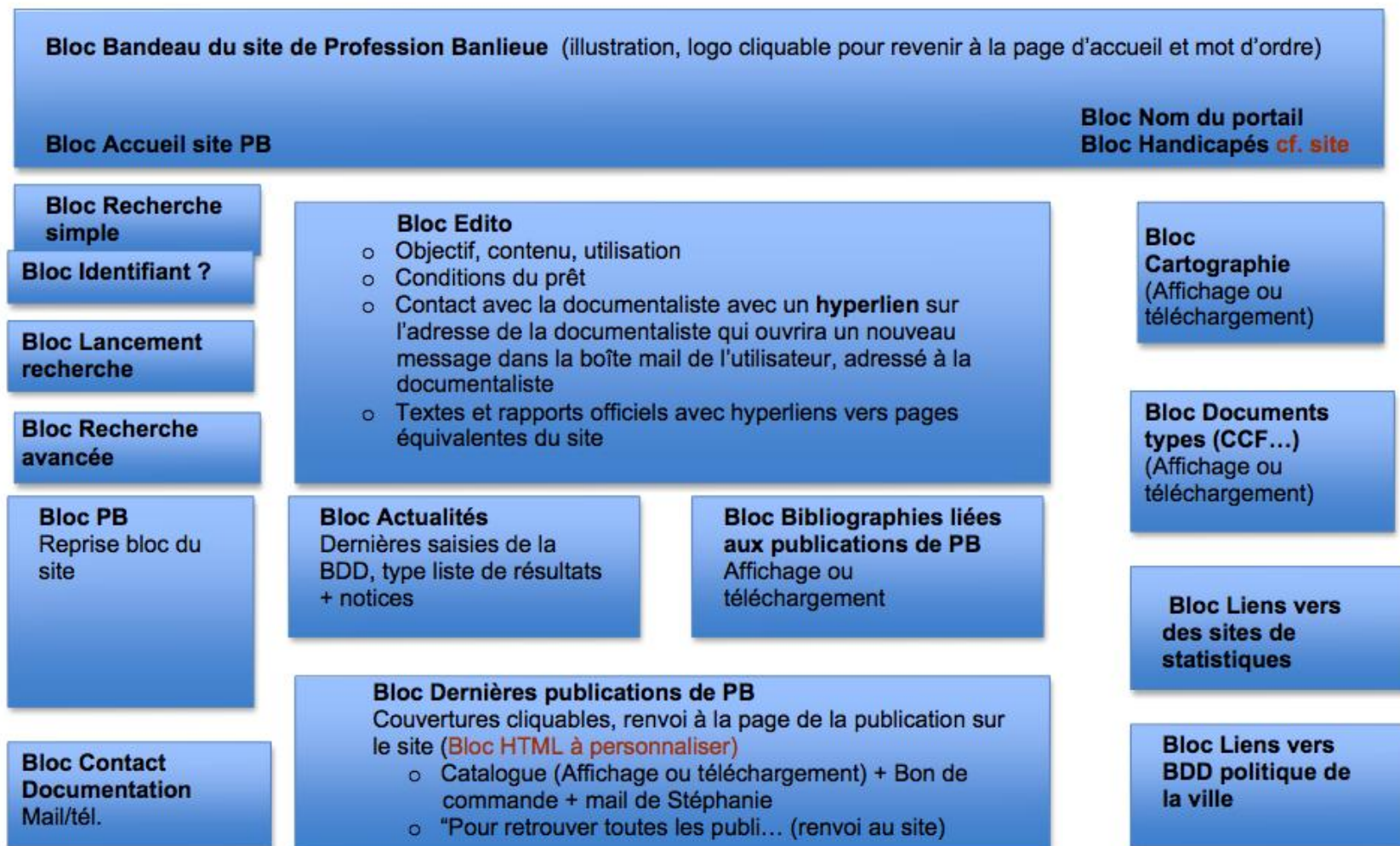
- **Bloc Edito**
  - Explication du portail
  - ✓ Son objectif : rendre accessible docs, centre de doc, BDD...

- ✓ Son contenu : docs indexés dans la BDD et docs non indexés dans la BDD (les articles de la presse nationale et locale) photocopiés ; les principaux rapports et textes officiels se trouvent sur le site de PB (hyperlien vers leur page de la rubrique Textes et rapports officiels sur le site)
- ✓ Son utilisation :
  - Conditions du prêt au centre de doc
  - Contact avec la documentaliste : indiquer tél. et adresse mail de la documentaliste avec un hyperlien sur cette adresse qui ouvrira un nouveau message dans la boîte mail de l'utilisateur, adressé à la documentaliste
  - **Bloc Actualités**
    - Dernières saisies sur la BDD (une vingtaine)
    - Possibilité de s'abonner à un flux pour recevoir ces actualités
    - **Bloc Bibliographies liées aux publications de Profession Banlieue**
      - Biblio des dernières publications
      - Biblio sur l'histoire de la politique de la ville
      - Biblio sur les métiers de la politique de la ville
    - **Bloc Dernières publications de PB des douze derniers mois**
      - Couvertures seulement cliquables, renvoi à la page de la publication sur le site
      - Téléchargement du catalogue + Bon de commande
      - «Pour retrouver toutes les publications de PB, cliquez sur l'hyperlien "publications"» (renvoi à la page Les Actes des Rencontres sur le site qui donne accès Aux actes des rencontres et aussi aux autres sous-rubriques des publications)
    - Flux RSS

#### **Cadre Colonne de droite**

- **Bloc Liens vers des BDD politique de la ville**
- **Bloc Liens vers des sites de statistiques**
- **Bloc Cartographie (indépendant ou avec le bloc stat ?)**
  - Cartes à télécharger
- **Bloc Documents types**
  - "Documents types" de diagnostics santé, sécurité, évaluation... Liste de métadonnées des docs avec un hyperlien vers les documents en PDF que l'on peut afficher ou télécharger

## Gabarit de la page d'accueil du portail



## Gabarit de la page des résultats de la recherche simple (Format Liste de résultats)

**Bloc Bandeau du site de Profession Banlieue** (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre)

**Bloc Accueil site PB** **Bloc Accueil Portail** **Bloc Fil d'Ariane Accueil/Recherche/Résultats** **Bloc icônes Handicapés/ Impression/ Téléch./Mail/Panier/Emprunter** (infobulle : «Indiquez les ouvrages qui vous intéressent et prenez rendez-vous») **Bloc Nom du portail**  
Dans la liste de résultats

Votre recherche sur : **xxxxxxxx**  
Réponse(s) : **1 à 10 sur 13**

**Bloc Identifiant ?**

**Bloc Recherche avancée**

**Bloc PB**  
Reprise bloc du site

### Liste de résultats

● Auteur, Titre, Cote (hyperliens)



### Catégorisation

Descripteurs (n)  
Auteurs (n)  
Date de publication (n)

<< 1 2 >>



## Gabarit de la page des résultats de la recherche simple (Format Notice)

**Bloc Bandeau du site de Profession Banlieue** (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre)

**Bloc Nom du portail**

**Bloc Accueil site PB** **Bloc Accueil Portail** **Bloc Accueil/Recherche/Résultats** **Bloc icônes impression/ Téléch./Mail/Panier/Emprunter** (infobulle : «Indiquez les ouvrages qui vous intéressent et prenez rendez-vous») dans la liste de résultats

[← Revenir à la liste](#)

**Bloc Identifiant ?**

**Bloc Recherche avancée**

**Bloc PB**  
Reprise bloc du site

### Notice

Cf. Annexes n° 4 et 9 + si PDF accessible en plein texte pour les utilisateurs externes, possibilité d'afficher ou de télécharger le PDF

## Gabarit de la page de la recherche avancée

**Bloc Bandeau du site de Profession Banlieue** (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre)

**Bloc Nom du portail**

**Bloc Accueil site PB** **Bloc Accueil Portail** **Bloc Accueil/Recherche/Résultats** **Bloc icônes Impression/ Téléch./Mail/Panier/Emprunter** (infobulle : «Indiquez les ouvrages qui vous intéressent et prenez rendez-vous»)

**Bloc Identifiant ?**

**Bloc Recherche simple**

**Bloc PB**  
Reprise bloc du site

Titre	<input type="text"/>	<b>Bloc Lancement recherche</b>
	<input type="radio"/> Tous les mots <input type="radio"/> Au moins un des mots	
Auteur	<input type="text" value="Autocomplétion"/>	Autres fenêtres de recherche
Thématiques	<input type="radio"/> ET <input type="radio"/> OU <input type="radio"/> SAUF	
	<input type="text" value="Menu déroulant"/>	
Mot-Clé	<input type="radio"/> ET <input type="radio"/> OU <input type="radio"/> SAUF	
	<input type="text" value="Autocomplétion"/>	
	<input type="radio"/> ET <input type="radio"/> OU <input type="radio"/> SAUF	
Année de parution	<input type="text" value="&gt;="/>	
	<input type="radio"/> ET <input type="radio"/> OU <input type="radio"/> SAUF	



Editeur



ET



OU



SAUF

Type de document



ET



OU



SAUF

Résumé



Tous les mots



Au moins un des mots



ET



OU



SAUF

## Gabarit de la page des résultats de la recherche avancée (Format Liste de résultats)

**Bloc Bandeau du site de Profession Banlieue** (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre)

**Bloc Nom du portail**  
**Bloc Accueil site PB** **Bloc Accueil Portail** **Bloc Fil d'Ariane Accueil/Recherche/Résultats** **Bloc icônes Impression/Téléch./Mail/Panier/Emprunter** (infobulle : «Indiquez les ouvrages qui vous intéressent et prenez rendez-vous»)

Votre recherche sur : **xxxxxxxx**  
Réponse(s) : **1 à 10 sur 13**

**Bloc Identifiant ?**

Bloc Recherche simple

**Bloc PB**  
Reprise bloc du site

**Liste de résultats**

- Auteur, Titre, Cote (hyperliens)
- 

**Catégorisation**

Descripteurs (n)  
Auteurs (n)  
Date de publication (n)

<< 1 2 >>

## Gabarit de la page des résultats de la recherche avancée (Format Notice)

**Bloc Bandeau du site de Profession Banlieue** (illustration, logo cliquable pour revenir à la page d'accueil et mot d'ordre)

**Bloc Nom du portail**

**Bloc Accueil site PB** **Bloc Accueil Portail** **Bloc Accueil/Recherche/Résultats** **Bloc icônes Impression/ Téléch./Mail/Panier/Emprunter** (infobulle : « Indiquez les ouvrages qui vous intéressent et prenez rendez-vous »)

[← Revenir à la liste](#)

**Bloc Identifiant ?**

**Bloc Recherche simple**

**Bloc PB**  
Reprise bloc du site

### Notice

Cf. Annexes n° 4 et 9 + si PDF accessible en plein texte pour les utilisateurs externes, possibilité d'afficher ou de télécharger le PDF

## Identification des liens

### Liens internes au portail

- "Documents types" de diagnostics santé, sécurité, évaluation... Liste de métadonnées des docs avec un hyperlien vers les documents en PDF que l'on peut afficher ou télécharger.
- **Bloc Bandeau** : logo cliquable pour revenir à la page d'accueil
- **Bloc Fil d'Ariane** sur toutes les pages (sauf page d'accueil). Le nom des pages est cliquable pour les atteindre (pas besoin de bloc Retour page précédente)
- **Bloc Dernières publications de PB des douze derniers mois**
  - Couvertures seulement, cliquables, renvoi à la page de la publication sur le site

### Liens externes vers le site de PB

- **Bloc Hyperlien vers le site PB** sur toutes les pages
- **Bloc Edito**
  - les principaux rapports et textes officiels se trouvent sur le site de PB (hyperlien vers leur page de la rubrique Textes et rapports officiels sur le site)
  - **Bloc Dernières publications de PB des douze derniers mois** : couvertures seulement cliquables, renvoi à la page de la publication sur le site
  - «Pour retrouver toutes les publications de PB, cliquez sur l'hyperlien "publications" (renvoi à la page Les Actes des Rencontres sur le site qui donne accès Aux actes des rencontres et aussi aux autres sous-rubriques des publications)

### Liens externes vers des sites

- **Bloc Liens vers des BDD politique de la ville**
- **Bloc Liens vers des sites de statistiques**

### Liens externes vers des adresses mail

- Contact avec la documentaliste : indiquer tél. et adresse mail de la documentaliste avec un hyperlien sur cette adresse qui ouvrira un nouveau message dans la boîte mail de l'utilisateur, adressé à la documentaliste
- Contact avec la personne qui s'occupe des commandes de publications, avec un hyperlien sur cette adresse, qui ouvrira un nouveau message dans la boîte mail de l'utilisateur, adressé à cette personne

**Liens de l'extérieur vers rubrique du portail**

- **Bloc Actualités** : possibilité qu'un internaute s'abonne à un flux pour recevoir ces actualités

## **ANNEXE 7 Liste des publications de Profession Banlieue**

Les Actes des Rencontres

Les Ateliers

Les Cahiers

Les « Après-midi »

L'école et la ville

Les « 5 à 7 »

Les outils

Les co-éditions

Hors collection

## ANNEXE 8 Tableau de la fréquence de la fréquentation des usagers du service info-doc de Profession Banlieue

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
						2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
1															
2	<b>Identité des usagers</b>														
3	Étudiants														
4	Professionnels des villes														
5	Professionnels d'associations														
6	Services de l'État														
7	Travaillent ou vivent en Seine-Saint-Denis														
8	Travaillent ou vivent en Île-de-France														
9	<b>Formes de la fréquentation</b>														
10	E-mail ou téléphone														
11	Sur place														
12	Contact par le site														
13	<b>Nombre annuel de consultations du site</b>														
14	<b>Fréquence</b>														
15	Fréquence mensuelle des visites sur place														
16	Fréquence mensuelle des consultations du site														
17	<b>Durée</b>														
18	Durée des visites														
19	Durée des consultations du site														
20	<b>Nombre de références</b>														
21	<b>Nombre de demandes</b>														
22	<b>Documents empruntés</b>														
23	Nombre de documents différents empruntés														
24	<b>Typologie des documents empruntés</b>														
25	Articles de presse classés par thématiques														
26	Articles de presse classés par ville														
27	Documents contractuels classés par ville														
28	Ouvrages														
29	Rapports														
30	Mémoires universitaires														
31	Documents officiels														
32	Atlas														
33	<b>Périodiques</b>														
34	Journaux municipaux de Seine-Saint-Denis														
35	Revue généralistes														
36	Revue spécialisées														
37	Revue de presse d'organismes														
38	<b>Supports différents</b>														
39	DVD														
40	Cassettes vidéo														

54	Thématiques consultation sur le site (Nbre de visites)						15 000	17 169	25 723	33 983		
55	PV en SSD						12 200	11 722	16 298	21 668		
56	Annuaire						9 900	16 828	30 934	34 888		
57	Publications						8 600	12 550	27 244	45 644		oui
58	Fiches d'expériences						8 400	19 952	58 450	56 762		oui
59	Sites à découvrir						7 900	8 919	12 843	16 126		
60	Actualités de la PV						7 700	9 863	14 069	16 103		oui
61	À propos de...						7 100	7 478	7 965	10 382		
62	Présentation						6 400	10 916	21 588	35 648		
63	Nouveautés						5 800	7 145	10 380	11 664		
64	Agenda							1 656	19 919	33 160		oui
65	Offres d'emploi											oui



#### ■ QUELQUES INFORMATIONS STATISTIQUES

- 101 personnes ont sollicité la documentation en 2011 dont plus de la moitié par téléphone ou par e-mail, les autres personnes sont venues consulter sur place.
- Les questions ont prioritairement porté sur quatre thèmes:
  - les dispositifs et métiers de la politique de la ville et du développement social urbain,
  - l'aménagement, l'habitat, l'urbanisme et le renouvellement urbain,
  - la médiation et les femmes-relais,
  - les jeunes.
- Les personnes en recherche d'information sont majoritairement des étudiants et des professionnels de villes ou d'associations. 39 % des personnes qui ont sollicité la documentation travaillent ou vivent en Seine-Saint-Denis et 44 % dans la région Île-de-France.
- 180 documents différents ont été empruntés au cours de l'année.