



HAL
open science

La valorisation d'un fonds documentaire hybride : le cas de la Mission Opérationnelle Transfrontalière

Marie-Pierre Clédat

► To cite this version:

Marie-Pierre Clédat. La valorisation d'un fonds documentaire hybride : le cas de la Mission Opérationnelle Transfrontalière. domain_shs.info.docu. 2014. mem_01128470

HAL Id: mem_01128470

https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_01128470

Submitted on 9 Mar 2015

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

CONSERVATOIRE NATIONAL DES ARTS ET METIERS

Ecole Management et Société-Département CITS

INTD

MEMOIRE pour obtenir le

Titre professionnel "Chef de projet en ingénierie documentaire" INTD

RNCP niveau I

Présenté et soutenu par

Marie-Pierre Clédat

Le 16 décembre 2014

Avoir un centre de documentation hybride :

Un choix ou une nécessité ?

Le cas de la stratégie documentaire de la
Mission Opérationnelle Transfrontalière

Jury : Domitille Ayrat
Nadia Raïs

Promotion 43

Remerciements

Je tiens à remercier toute l'équipe de la Mission Opérationnelle Transfrontalière pour son accueil, et en particulier, ma responsable de stage, Domitille Ayrat.

Tous mes remerciements à Nadia Raïs pour sa disponibilité et son écoute lors de l'élaboration de ce mémoire.

Enfin un grand merci à Cécile Birks, pour sa relecture du mémoire et pour son soutien tout au long de cette année.

Notice

CLÉDAT Marie-Pierre. La valorisation d'un fonds documentaire hybride. Le cas de la Mission Opérationnelle Transfrontalière. 2014. 141 p. Mémoire pour obtenir le Titre professionnel de niveau 1 *Chef de projet en ingénierie documentaire*, INTD-CNAM, 2014.

Ce mémoire professionnel rend compte d'une étude menée au sein de la Mission Opérationnelle Transfrontalière concernant le choix d'un centre de documentation hybride. Ce choix résulte d'une réflexion menée au sein de la MOT mais celle-ci peut concerner tous les centres de documentation. La première partie s'attache à replacer cette étude dans le contexte de la MOT et à définir son fonds documentaire. Une deuxième partie examine ce que recouvre un centre de documentation hybride, physique et virtuel, avec un focus sur sa politique documentaire et ses usagers. La troisième partie comporte une analyse de la valorisation de ce fonds en partant d'une stratégie de marketing documentaire et la communication qui doit être envisagée par la MOT.

Centre de documentation hybride ; politique documentaire ; usager ; accès à distance ; valorisation ; marketing documentaire ; portail Web

This dissertation for the Master 2 Professional gives an account of research conducted at the Transborder Operational Mission (MOT) and looks into the choice of a hybrid resource centre. This choice stems from an ongoing process within the MOT but also in similar resource centres. The first part endeavours to define the context of the research at the MOT as well as the nature of the MOT's resource fund. The second part explores what a hybrid, physical and virtual resource centre involves, focusing on its policy in terms of resource acquisition and its users. The third part analyses how the fund can be valorized by looking into the resource marketing strategy as well as the communication strategy that should be adopted.

Table des matières

Remerciements.....	2
Notice	3
Table des matières	4
Introduction	9
Première partie - Statut et rôle de la MOT : ses missions, sa politique documentaire	12
1. La Mission Opérationnelle Transfrontalière.....	13
1.1. Qu'est-ce que le transfrontalier ? La coopération transfrontalière ?.....	13
1.2. Historique de la MOT / Son financement	13
1.3. Le fonctionnement de la MOT	14
1.3.1. Ses moyens humains	14
1.3.2. Ses missions.....	15
1.3.3. Ses adhérents	15
1.3.4. L'Europe	16
1.3.5. Le monde.....	17
1.4. Son réseau	17
2. Analyse de sa politique documentaire.....	21
2.1. La question du multilinguisme	21
2.2. Un fonds documentaire complexe et spécifique	21
2.2.1. Sa spécificité et son originalité.....	21
2.2.2. Les types de document	22
2.2.3. Les formats	23
2.2.4. Les thésaurus	24
2.2.5. La volumétrie	25
2.3. Constitution de ce fonds	26
2.3.1. La veille et la recherche documentaire à la MOT	26
2.3.2. Circuit d'alimentation	26
2.3.3. Désherbage/filtrage	27
3. Le choix d'un centre de documentation hybride	28

3.1.	Réaménagement du centre de documentation physique	28
3.2.	Mise en place d'un logiciel documentaire : JLB-NET Portail 2.0	29
3.3.	Le choix d'un centre de documentation hybride.....	31
3.3.1.	Un service supplémentaire pour les adhérents	31
3.3.2.	La mémoire	32
3.3.3.	Participer à la mise en réseau	32
3.3.4.	Une meilleure visibilité... ..	32
4.	La mémoire des activités	33
4.1.	Le dictionnaire du transfrontalier	34
4.2.	Les études	34
4.3.	Les cartes	35
5.	Question de l'accès	36
5.1.	Les espaces	36
5.2.	Ses usagers	37
Deuxième partie - Enjeux d'un fonds documentaire hybride		40
6.	Différents centres de documentation	41
6.1.	Centres de documentation physiques.....	41
6.1.1.	Des espaces nécessaires	41
6.1.2.	Chronique d'une disparition annoncée.....	42
6.1.3.	Vers de nouveaux espaces	44
6.1.3.1.	Les learning centres	44
6.1.3.2.	Les espaces physiques comme « troisième lieu »	45
6.2.	Centres de documentation virtuels	47
6.2.1.	Question de terminologie numérique-virtuel-électronique	47
6.2.2.	L'incontournable numérique	47
6.2.3.	La « digital library »	48
6.2.4.	Vers un espace uniquement virtuel ?.....	49
6.3.	Centres de documentation hybride	49
6.3.1.	Des offres en format papier et numérique	50
6.3.2.	La matérialité	52

6.3.3.	Les services proposés par les bibliothèques hybrides	53
6.3.3.1.	Une complémentarité	53
6.3.3.2.	La bibliothèque 2.0	53
7.	La politique documentaire	55
7.1.	Qu'est-ce qu'une politique documentaire ?	55
7.2.	Notion de collection	55
7.3.	Les différentes étapes de sa constitution	57
7.3.1.	L'achat ou l'accès.....	57
7.3.1.1.	Une politique d'acquisition	57
7.3.1.2.	Le droit d'accès.....	58
7.3.1.3.	Les modalités d'accès	58
7.3.2.	La conservation, le désherbage	59
7.3.2.1.	La conservation	59
7.3.2.2.	Le désherbage : une activité nécessaire	61
8.	Usages et usagers d'un centre de documentation hybride.....	62
8.1.	Usages et besoins.....	62
8.1.1.	Le public	62
8.1.2.	Les usages du numérique.....	63
8.1.3.	Une politique d'accès	64
8.2.	La nécessaire médiation à l'heure de la « désintermédiation » ?	65
8.2.1.	La médiation dans les espaces physiques	65
8.2.2.	La médiation numérique.....	66
	Troisième partie - Valorisation du centre de documentation	69
9.	Valoriser son fonds documentaire : le marketing documentaire.....	70
9.1.	Une démarche stratégique	70
9.1.1.	Le marketing documentaire : une aide à la décision	70
9.1.2.	Le diagnostic	71
9.1.2.1.	Analyse interne	71
9.1.2.2.	Analyse du public.....	78
9.1.2.3.	Analyse externe	84

9.1.2.4.	Le diagnostic	88
9.1.3.	Mise en place d'une stratégie	90
9.1.3.1.	Les objectifs et la mission du centre de documentation de la MOT	91
9.1.3.2.	Le ciblage	91
9.1.3.3.	L'offre de service	93
9.1.3.4.	Le positionnement	94
9.1.3.5.	Proposition de scénarios	94
10.	D'autres approches peuvent être envisagées	96
10.1.	Une démarche organisationnelle : la qualité	96
10.2.	Une démarche collaborative : l'analyse de la valeur	97
10.3.	Une démarche d'évaluation : le benchmarking	97
11.	Communiquer autour de son centre de documentation	99
11.1.	Communiquer : le maître mot	99
11.2.	Avec qui communiquer ?	100
11.2.1.	Communiquer avec les tutelles	100
11.2.2.	Communiquer avec les publics	100
11.3.	Comment communiquer ? Construire une stratégie	101
12.	Communiquer à la MOT	102
12.1.	Le service communication de la MOT	102
12.2.	Définir une identité	102
12.2.1.	Communiquer sur son positionnement	102
12.2.2.	Entre maîtrise et communication de son image	102
12.3.	Définir ses cibles	104
12.4.	La communication orientée « marketing » autour de ces offres de service	104
12.5.	Les supports utilisés	105
12.5.1.	Newsletter et cahiers	105
12.5.2.	Les conférences et séminaires	105
12.5.3.	Portail web	106
12.5.4.	Espace membres et ressources dédiées : l'extranet	107
Conclusion	109

Bibliographie	112
Annexes.....	120

Introduction

Les centres de documentation, tout comme les bibliothèques, sont plus que jamais confrontés à la nécessité de se faire connaître d'un public, dont les pratiques, avec l'arrivée d'internet, se sont modifiées. En effet, les moteurs de recherche comme Google sont devenus indispensables à toute recherche documentaire, loin devant des fonds documentaires plus institutionnels. Pour répondre à l'importance prise par ces moteurs de recherche, et pour des raisons le plus souvent économiques, de nombreux centres de documentation ont fait le choix de devenir uniquement virtuels, quand d'autres ont tout simplement disparu. Certains deviennent hybrides, c'est-à-dire qu'ils disposent d'un lieu physique, avec son espace, ses documents imprimés, mais aussi d'un lieu virtuel, avec ses documents numériques. Les deux doivent se penser l'un en fonction de l'autre, en totale complémentarité. Les espaces physiques doivent se réinventer, s'adapter, tout en restant des lieux d'accès au savoir, à l'information.

La Mission Opérationnelle Transfrontalière (MOT) a fait ce choix en développant un fonds documentaire physique et un autre virtuel. Le centre de documentation physique a évolué pendant mon stage de quatre mois à la MOT. La mise en place de la base de données de JLB-NET Portail 2.0 ayant débuté en juin 2014, après la rédaction d'un cahier des charges, elle devrait être opérationnelle début 2015. Nous devons comprendre ce qui préside à ce choix pour un usager toujours plus gourmand d'informations, qui craint de moins en moins « le bruit », mais qui est aussi plus pressé.

La MOT a pour mission de veiller aux intérêts des territoires transfrontaliers, d'assister les porteurs de projet, et de mettre en réseau les acteurs et les expériences¹. Son fonds est exceptionnel par sa spécificité, et son originalité permet de répondre aux questions majeures qui se posent pour une meilleure appréhension de notre environnement, que ce soit sur un plan politique, géographique ou économique. L'étude menée, durant ce stage, a porté sur la valorisation de ce fonds qu'il s'agit de faire connaître et de valoriser. Nous examinerons les enjeux qui conduisent à développer un centre de documentation hybride au sein duquel l'offre numérique n'est plus qu'une simple copie de l'offre papier, mais en devient complémentaire. Il doit être choisi en fonction de certains objectifs, l'accès à l'information étant primordial.

Ainsi de nombreuses questions se posent : comment répondre aux attentes de ce public, versatile ? Comment connaître ses attentes ? Comment se faire connaître et reconnaître comme un centre incontournable de documentation physique mais aussi numérique ? Comment ajuster au mieux son offre afin de développer de nouveaux services ? Ces questions ne sont pas propres aux bibliothèques et aux centres de documentation mais peuvent être étendues aux librairies qui sont également confrontées à ces problématiques.

Pour répondre à ces questions, nous devons tout d'abord restituer le contexte dans lequel s'est déroulée l'étude menée durant le stage, comprendre ce qu'il faut entendre par la coopération transfrontalière et ce qu'est le fonctionnement de la Mission Opérationnelle Transfrontalière. Puis

¹ Portail internet de la MOT, <http://www.espaces-transfrontaliers.org/la-mot/missions/> [Consulté le 17/10/2014]

nous verrons comment s'est développé ce fonds et les objectifs qui président à la mise en place de ce centre de documentation.

Nous examinerons ensuite, de façon plus générale, ce que propose un centre de documentation hybride, comment il se positionne entre la bibliothèque dite « traditionnelle », « à l'ancienne », et la bibliothèque entièrement virtuelle, avant d'aborder sa politique documentaire et d'envisager les usages auxquels il se destine.

Dans une dernière partie, nous verrons quels outils peuvent être utilisés pour le valoriser, et communiquer autour de lui. En effet, différentes démarches peuvent être mises en œuvre en amont dont le marketing documentaire. Nous verrons en quoi celui-ci peut apporter beaucoup à la MOT, le client et le service étant au cœur de ce modèle. Enfin, nous analyserons le type de communication prévue autour du centre de documentation de la MOT, en considérant ce en quoi le service de communication peut être un appui pour le centre de documentation, et dans quelle mesure tous deux sont obligatoirement liés.

Première partie –
Statut et rôle de la MOT : ses
missions, sa politique documentaire

1. La Mission Opérationnelle Transfrontalière

La Mission Opérationnelle Transfrontalière, qui accompagne en France, en Europe ainsi que dans le monde de nombreux projets transfrontaliers, met en place un centre de documentation hybride. Ce choix s'inscrit dans une continuité et participe d'un service rendu prioritairement à ses adhérents. Le fonds documentaire de la MOT s'est avéré particulièrement intéressant, en raison de sa spécificité, qui vient en grande partie du rôle de la MOT dans l'espace européen.

1.1. Qu'est-ce que le transfrontalier ? La coopération transfrontalière ?

Les frontières marquent la séparation entre des Etats, chaque Etat possédant son propre système politique, administratif et juridique. Comme nous le rappelle le dictionnaire le *Petit Robert*, une frontière est la « limite du territoire d'un État et de l'exercice de la compétence territoriale² ».

Sylvain Schirmann donne la définition suivante de la coopération transfrontalière dans l'introduction de *Vivre et penser la Coopération transfrontalière* :

Les historiens se sont jusqu'à une époque récente peu intéressés à la coopération transfrontalière en tant que telle [...] Dès la seconde moitié du 19^{ème} siècle, certains théoriciens de l'Etat tentèrent d'accréditer la thèse que l'espace pertinent de régulation socio-économique est la région. Dès lors comment ne pas imaginer que pour des régions situées aux marges frontalières des Etats, des partenariats ne puissent voir le jour de part et d'autre de la frontière³.

En Europe, la construction européenne, avec l'ouverture des frontières, a vu ses territoires devenir des lieux d'échange de part et d'autre de la frontière et ainsi se construire des partenariats territoriaux – qui conduiront à la création des GECT⁴ en 2006. Cette coopération sera reconnue en 1980 avec la Convention-Cadre de Madrid, dans laquelle les parties s'engagent à développer la coopération transfrontalière. Juridiquement, ce texte est l'acte fondateur de la coopération transfrontalière en Europe.

1.2. Historique de la MOT – Son financement

La Mission Opérationnelle Transfrontalière a été créée en 1997 par un Comité interministériel à l'aménagement du territoire à l'initiative de la DATAR⁵ (actuel CGET⁶) et de la Caisse des dépôts et Consignation. Elle a acquis en 1998 un statut d'association loi 1901. Les statuts sont à l'heure actuelle

² Dictionnaire, le Petit Robert.

³ SHIRMANN Sylvain. Les régions frontalières françaises. In Wassenberg Birte (dir.). *Vivre et penser la coopération transfrontalière*. Vol. 1. Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2010, 420 p. ISBN 978-3-515-09630-0. P.13

⁴ GECT : Groupement Européen de Coopération Territoriale

⁵ DATAR : Délégation à l'Aménagement et à l'Action Régionale

⁶ CGET : Commissariat Général à l'Aménagement du Territoire

en discussion. La possibilité de devenir un GIP⁷ a été évoquée puis abandonnée. L'évolution des statuts fait l'objet de réflexions au sein de la MOT, réflexions menées en lien avec les adhérents.

La MOT fonctionne sur un double niveau. Tout d'abord au niveau national, car elle est interlocutrice de différents ministères en ce qui concerne la coopération transfrontalière et ensuite au niveau local, en tant qu'animatrice d'un réseau d'acteurs locaux. Ce double niveau est également complété par un lien fort avec les institutions européennes. Ses objectifs, même s'ils ont évolué depuis sa création, sont donc de faciliter la réalisation de projets transfrontaliers.

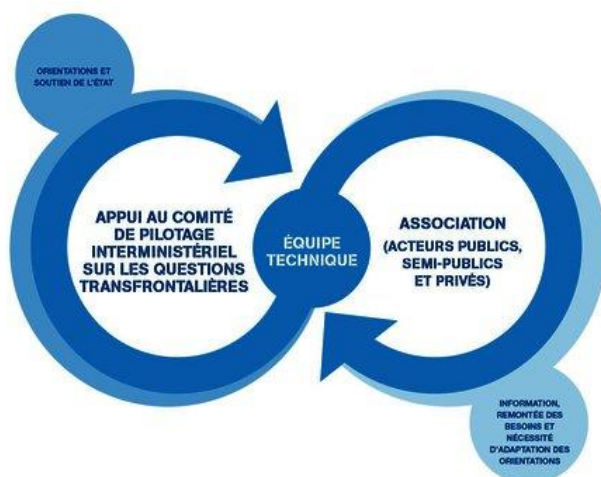


Figure 1 : La double fonction de la MOT

Source : site internet de la MOT – Production et copyright MOT – Tous droits réservés

La MOT reçoit donc aujourd'hui différents financements. D'une part elle reçoit des subventions venant de ses partenaires institutionnels, à savoir la Caisse des dépôts, le CGET, le ministère de l'Intérieur ainsi que le ministère des Affaires Etrangères et d'autre part elle perçoit une cotisation de ses adhérents et des financements européens dans le cadre de projets européens. De plus, elle complète ses financements en remportant des appels d'offre.

1.3. Le fonctionnement de la MOT

1.3.1. Ses moyens humains

Il s'agit d'une petite équipe composée de neuf personnes : un directeur général, un secrétaire général, des chargés de mission et une assistante. La chargée de mission en documentation s'occupe également de la communication. Nous reviendrons sur ses différentes missions dans la troisième partie lorsque nous aborderons la communication du centre de documentation. Un informaticien extérieur à l'équipe est également présent une fois par semaine. Il est consultant chez PR2I – Partage de Ressource d'ingénierie informatique – et participe à de nombreux projets en particulier à la mise en place de la base de données JLB-NET Portail 2.0.

⁷ GIP : Groupement d'Intérêt Public

Des réunions sont organisées environ une fois par mois. Elles sont en priorité l'occasion pour l'équipe d'échanger sur les projets et les partenariats menés par la MOT. Elles permettent de plus pour chacun de faire le point sur ses dossiers et pour l'équipe d'aborder des sujets intéressant le fonctionnement de l'association tels que l'arrivée d'un nouveau stagiaire, l'organisation de l'assemblée générale ou encore la participation au dictionnaire sur le transfrontalier.

1.3.2. Ses missions

La MOT remplit essentiellement trois missions qui sont :

- de veiller aux intérêts des territoires transfrontaliers, c'est-à-dire de relier tant au plan national qu'au plan européen les besoins des territoires engagés dans la coopération transfrontalière. La notion de « Frontières et Territoires » fait l'objet d'un thésaurus, c'est le plus important des trois⁸.
- d'assister les porteurs de projets, en fournissant une assistance concrète et opérationnelle aux différents acteurs qui souhaitent s'engager dans la coopération transfrontalière. Ces interventions portent sur des thématiques variées (transport, énergie, coopération maritime, etc.). Ce sont ces thèmes qui constituent la base de l'un des thésaurus⁹. Par exemple, en 2012, la MOT a fait une étude sur les flux de travailleurs frontaliers entre la Champagne-Ardenne et la Wallonie ou encore elle a établi un plan stratégique pour le développement durable du territoire transfrontalier de l'Arc jurassien¹⁰.
- de mettre en réseau les acteurs et les expériences, à l'aide de séminaires et de conférences, de groupes de travail thématiques ainsi que du centre de ressources et de nombreuses publications. C'est dans ce cadre que le centre de documentation doit se développer.

1.3.3. Ses adhérents

Les adhérents sont des membres de l'association. La MOT compte aujourd'hui 62 membres qui se décomposent de la façon suivante :

- 10 Intercollectivités transfrontalières
- 4 Communes
- 12 Groupements de communes et de collectivités
- 7 Départements
- 14 Régions, Comtés etc.
- 2 Etats
- 5 Entreprises

⁸ Voir annexe 1

⁹ Voir annexe 2

¹⁰ Rapport d'activité 2012 – La MOT

- 4 Fédérations, autres réseaux
- 4 Autres organismes – dont des agences d’urbanisme

Il s’agit donc d’un réseau d’acteurs variés qui réunit des collectivités locales et régionales mais aussi des Etats – comme la Principauté d’Andorre – des entreprises – à l’image de la SNCF et de ERDF – ou des agences d’urbanisme.



Figure 2 : La carte des adhérents de la MOT
Source : site internet de la MOT – Production et copyright MOT – Tous droits réservés

Cette carte traduit bien l’emplacement des différents adhérents et les difficultés d’accès au centre de documentation physique, sujet sur lequel nous reviendrons ultérieurement.

1.3.4. L’Europe

Il apparaît impossible de faire un mémoire sur la coopération transfrontalière sans faire référence à l’Europe. La MOT, même si elle est l’émanation de l’État français s’inscrit dans la coopération européenne. Ceci peut se voir par ses liens avec ses partenariats avec l’Union européenne que ce soit la Commission européenne, le Conseil de l’Europe, le Parlement européen ou le Comité des Régions ainsi que par ses différents partenariats – par exemple avec le CESCO¹¹, le réseau TEIN¹² ou son alliance stratégique avec l’ARFE¹³. C’est également visible à la lecture de ses projets, par exemple « le développement économique intégré des territoires transfrontaliers » dont la conférence de lancement, organisée par la MOT s’est déroulée en avril 2014 et se prolonge jusqu’en juin 2015, le co-financement de ce projet étant assuré par l’Union européenne dans le cadre du programme Europ’act¹⁴, ou encore par ses prises de position ; nous pouvons par exemple citer comme prise de

¹¹ CESCO : Central European Services for Cross-Border Initiatives

¹² TEIN : Transfrontier Euro-institut Network

¹³ ARFE : Association des Régions Frontalières d’Europe

¹⁴ Portail internet de la MOT. [Consulté le 2 septembre 2014].

<http://www.espacefrontaliers.org/activites-europeennes/projets-europeens-de-la-mot/>

position récente : « vers un cadre de qualité pour les stages » qui est une contribution de la MOT au travail fait par la Commission européenne pour améliorer la qualité des stages¹⁵.

L'Europe fait l'objet du troisième thésaurus¹⁶, sur lequel nous reviendrons en abordant la complexité du fonds documentaire de la MOT.

1.3.5. Le monde

La MOT ne s'arrête pas aux frontières de l'Europe mais a pour vocation de faire bénéficier de son expertise d'autres territoires. Elle a ainsi réalisé une étude en 2010 pour le Club du Sahel et de l'Afrique de l'ouest qui visait à formuler des propositions pour améliorer la coopération transfrontalière entre le Mali et le Burkina-Faso. D'autres coopérations ont suivi avec en particulier un accord de coopération avec l'Union Africaine qui s'est dotée d'un programme « Frontières¹⁷ ».

1.4. Son réseau

Le réseau de la MOT regroupe ses adhérents et des partenariats que ce soit au niveau national, européen ou international. Tout comme ses adhérents, ses partenaires constituent son réseau, définissant ainsi un ensemble d'entités interconnectées les unes avec les autres. Décrire ce qu'est le réseau de la MOT nous permet de mieux comprendre cette association.

Différents partenariats thématiques¹⁸ se sont en effet constitués au niveau national :

- **la Fédération Nationale des Agences d'Urbanisme (FNAU)** : la MOT travaille, en lien avec la DATAR (CGET) et la FNAU, sur l'observation des territoires transfrontaliers. Ce partenariat a été l'occasion d'une étude en 2010 sur l'observation statistique des territoires transfrontaliers.
- **le Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT)** : la MOT, par sa connaissance du transfrontalier et le CNFPT, par sa connaissance des métiers et des formations, ont développé divers partenariats.
- **l'Euro-institut** : fondé en 1993, l'Euro-institut est un organisme franco-allemand dont le but est de favoriser les échanges entre ces deux pays. Les échanges entre la MOT et l'Euro-

¹⁵ Portail internet de la MOT. [Consulté le 29 septembre 2014]. <<http://www.espaces-transfrontaliers.org/activites-europeennes/prises-de-position-de-la-mot/>>

¹⁶ Voir annexe 3

¹⁷ Portail internet de la MOT. [Consulté le 28 septembre 2014]. <<http://www.espaces-transfrontaliers.org/la-mot/parteneriats/travaux-de-la-mot-sur-la-cooperation-transfrontaliere-en-afrique-de-louest/>>

¹⁸ Portail internet de la MOT. [Consulté le 19 novembre 2014]. <http://www.espaces-transfrontaliers.org/la-mot/parteneriats/euro-institut/>

institut sont importants et une convention de partenariat a été signée¹⁹ entre les deux structures à Strasbourg.

- le **Centre Européen de la Consommation (CEC)** : le CEC est une association franco-allemande d'informations et de conseils pour les consommateurs. Une convention de partenariat a également été signée avec la MOT :

On peut constater une forte complémentarité des deux structures, l'une travaillant au niveau local, régional, étatique et européen, l'autre au niveau des citoyens. Toutes deux s'attachent à faciliter la vie des habitants des zones frontalières. Les partenaires estiment qu'un partenariat mobilisant les synergies entre eux peut servir la cause commune²⁰.

- **la Fédération des Parcs Naturels régionaux de France (FPNRF)** : une convention-cadre a été signée entre les deux structures en 2006. Il s'agit de mieux intégrer les dynamiques spécifiques aux régions transfrontalières et de valoriser la complémentarité de ces deux structures.

En plus de ce partenariat thématique, il existe un important partenariat européen. Nous y retrouvons les grandes institutions européennes comme la **Commission européenne**, le **Parlement européen** ou le **Conseil de l'Europe**, mais également d'autres structures :

- **Le Comité des régions et la plateforme des GECT**²¹ : le Comité des régions et les GECT sont des structures qui ont des liens forts avec la MOT. Le Comité des Régions est un organe consultatif qui permet aux pouvoirs infranationaux de faire entendre leur voix au sein du cadre institutionnel de l'Europe.²² Une déclaration d'intérêt commun a par ailleurs été signée en 2011.
- **CECICN** : la Conférence européenne des réseaux de villes transfrontaliers et interrégionaux a été fondée en 2010. Elle regroupe 9 réseaux qui eux-mêmes représentent 500 villes à l'intérieur comme à l'extérieur de l'Europe. La MOT est l'un de ses réseaux. Les objectifs sont de défendre la coopération transfrontalière et influencer sur les politiques européennes pour mettre en avant la coopération territoriale.

¹⁹ Portail internet de la MOT. [Consulté le 19 novembre 2014].

http://www.espacestransfrontaliers.org/fileadmin/user_upload/documents/Documents_MOT/Partenariats/CONVENTION_EUROINSTITUT_MOT_18_3_2010.PDF

²⁰Portail internet de la MOT. [Consulté le 19 novembre 2014].

http://www.espacestransfrontaliers.org/fileadmin/user_upload/documents/Documents_MOT/Partenariats/CONVENTION_EUROINSTITUT_MOT_18_3_2010.PDF, p.1

²¹ GECT : Groupement européen de coopération territoriale. Créés en 2006, les GECT ont pour objectif de favoriser la coopération transfrontalière, transnationale et/ou interrégionale pour une meilleure cohésion économique et sociale.

²² Portail internet Wikipédia. [Consulté le 19 novembre 2014].

http://fr.wikipedia.org/wiki/Comit%C3%A9_des_r%C3%A9gions

- **Plateforme de Budapest** : suite à la signature de la Déclaration de Budapest en 2010, a eu lieu la naissance de la plateforme de Budapest avec quatre membres fondateurs dont la MOT.

Les objectifs de la plateforme européenne sont de créer un réseau de soutien à l'organisation multi-niveaux de la coopération transfrontalière incluant les niveaux nationaux, d'échanger les expériences et de réaliser des projets communs afin de lever les obstacles à la coopération transfrontalière en Europe.²³

- **CESCI** : le *Central European Service for Cross-Border Initiatives*, le CЕСCI, est une association mise en place en Hongrie en 2009, qui travaille également sur la notion de coopération transfrontalière. La MOT en est l'un des membres fondateurs et les accords de partenariats sont nombreux.
- **Initiative France-Hongrie (INFH)** : Cette structure existe depuis 1994, elle rassemble différentes collectivités territoriales françaises ou hongroises qui échangent sur la coopération transfrontalière à travers des groupes de travail et des événements.
- **ARFE** : l'*Association des régions frontalières européennes* regroupe des régions frontalières ou transfrontalières. Une alliance stratégique a été signée en 2007 et depuis les échanges et les travaux communs sont nombreux.
- **TEIN** : le *Transfrontier Euro-institut network* réunit 12 partenaires issus de différents pays qui représentent soit des universités, des instituts de recherche ou des centres de formation.

Au niveau international, des partenariats existent avec l'Afrique de l'ouest, pour renforcer la coopération transfrontalière.

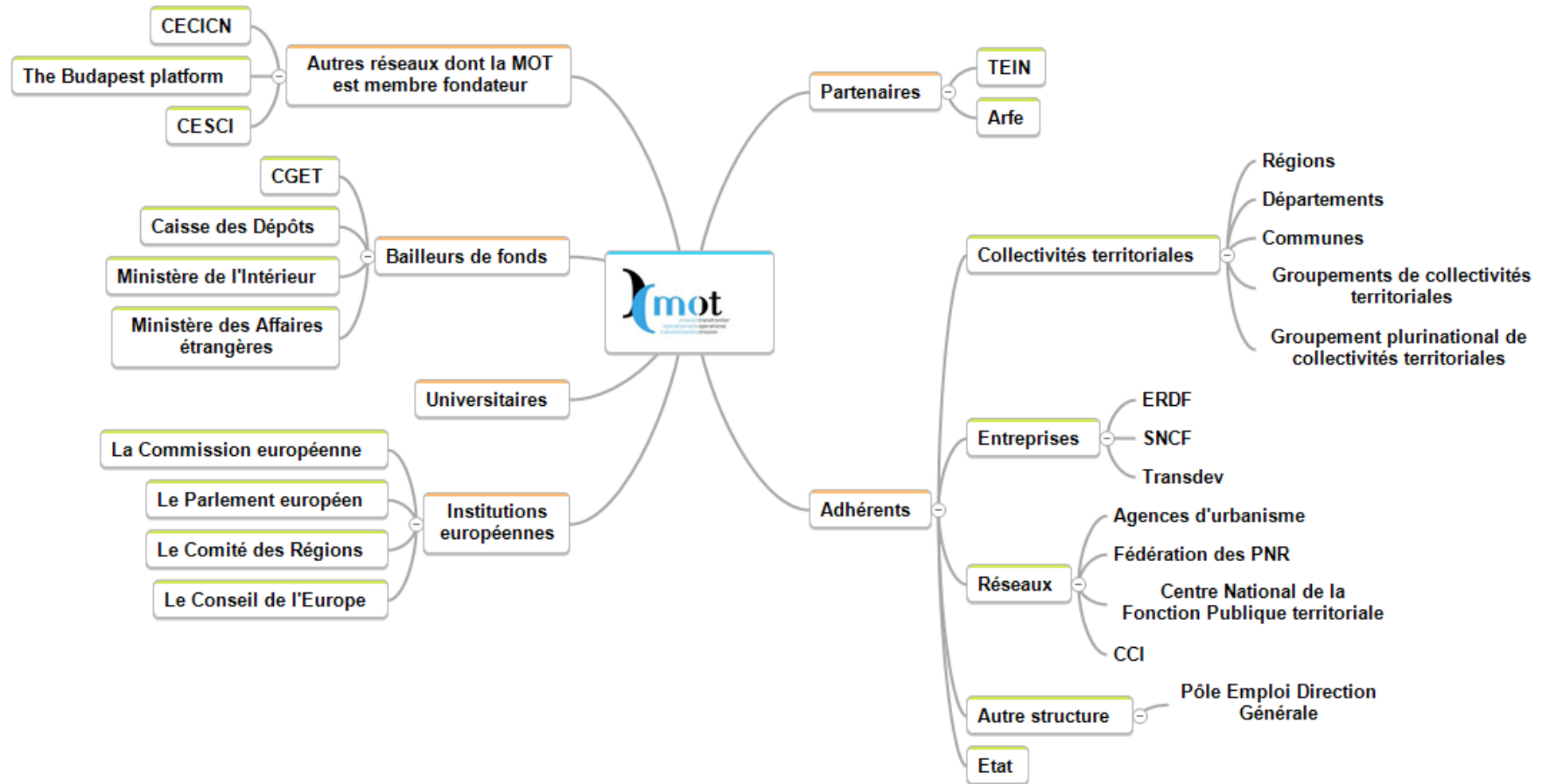
Comme on peut le voir à partir de ce descriptif, le réseau de la MOT s'adresse à tous les aspects du transfrontalier, dans ces différentes thématiques, s'associant par-là soit à des universités, soit à des institutions, soit à des associations, etc. Les documents présents dans le centre de documentation reflètent cette ouverture.

Voir comment et avec qui travaille la MOT était pour nous fondamental avant d'expliquer comment et avec quels documents est constitué son fonds. Il n'était en effet pas possible d'expliquer de quoi il est constitué sans avoir auparavant analysé ses particularités.

A partir de données fournies par le Rapport d'activité 2013 de la MOT, nous avons choisi de faire un schéma afin de mieux visualiser ce réseau. Les liens sont nombreux entre ses membres. Nous avons fait le choix de ne pas les faire apparaître. Ce schéma nous a semblé nécessaire afin de donner une idée de l'étendue et de la complexité du réseau de la MOT.

²³ Portail internet de la MOT. [Consulté le 19/11/2014]. <http://www.espaces-transfrontaliers.org/activites-europeennes/plateforme-de-budapest/>

Le réseau de la MOT



2. Analyse de sa politique documentaire

2.1. La question du multilinguisme

Comme nous l'avons vu, le travail de la MOT se concentre à l'heure actuelle sur l'Europe. Le multilinguisme désigne donc précisément la coexistence de plusieurs langues au sein de cette zone géographique. Vingt-huit pays, vingt-trois langues officielles et plus de soixante langues locales constituent la base linguistique européenne. Comme l'écrit le commissaire européen pour le multilinguisme, Léonard Orban, dans son article²⁴, le multilinguisme « contribue au double objectif d'ouvrir l'Europe vers le monde et les Européens vers eux-mêmes. »

A la MOT, on note une dominante des documents en français et en anglais (langue internationale et en particulier en Europe). Mais cette domination ne peut effacer la présence d'autres langues dans ce fonds documentaire, que ce soit l'allemand, le néerlandais, l'italien, l'espagnol mais aussi le basque, etc. Ce multilinguisme participe de son originalité.

2.2. Un fonds documentaire complexe et spécifique

2.2.1. Sa spécificité et son originalité

Les documents conservés à la MOT se distinguent par leurs sujets. Aucun autre centre de documentation ne possède ce fonds documentaire, très spécifique, sur le transfrontalier. Les thésaurus et les plans de classement montrent cette originalité qui tient à la mission même de la MOT.

La première est tenue par la place prépondérante des documents classés en « frontières et territoires ». Elle tient aussi à la façon dont est faite l'indexation puisque lorsque celle-ci débute avec la colonne « frontières et territoires », elle est alors complétée par les colonnes thèmes ou Europe, ce qui permet une indexation à un très haut niveau de précision.

Les thèmes abordés font également apparaître cette singularité. Certains peuvent évoluer en fonction de l'actualité. Ils sont très proches de sujets de préoccupation actuels. Ils font donc l'objet d'une attention particulière au sein de la MOT et le fonds concernant ces sujets se développe. Comme nous l'avons déjà indiqué, le fonds documentaire est aussi le résultat d'études menées et les documents ayant servi à ces études sont intégrés au fonds documentaire. Nous pouvons citer comme exemple le « changement climatique gestion et prévention des risques », qui se rapproche

²⁴ ORBAN Leonard. Le multilinguisme en Europe. [En ligne]. Revue internationale d'éducation de Sèvres n° 47, avril 2008. [Consulté le 07 octobre 2014]. <http://ries.revues.org/358>

de toutes les questions de développement durable, ainsi que l' « emploi » ou le « développement économique ».

D'autres thèmes abordés montrent la proximité qui existe avec d'autres structures. Ainsi, « l'aménagement du territoire » a une place importante dans le centre de documentation. La MOT a en effet comme financeur le CGET qui n'est autre que le commissariat général à l'égalité des territoires. « Il est chargé de concevoir et de mettre en œuvre la politique nationale d'égalité des territoires et d'en assurer le suivi et la coordination ministérielle²⁵. » Pour cela, il est chargé de conduire la réforme d'ensemble de la politique de la ville. Les liens entre la MOT et le CGET sont très forts et expliquent aussi l'orientation de sa politique documentaire et la place importante prise par le thème « aménagement du territoire, planification, urbanisme ». La documentaliste est très vigilante à ce que cette empreinte se retrouve dans son fonds documentaire. C'est ainsi que l'on retrouve au sein de son centre de documentation certaines de leurs publications, en particulier les revues *Territoires*, qui sont des publications prospectives. Ce lien se retrouve avec la Caisse des Dépôts et consignation qui est un autre financeur de la MOT. En effet, nous trouvons dans ce fonds documentaire des documents dont l'auteur est la caisse des Dépôts, par exemple sur le renouvellement urbain.

Dans le cadre du projet Europ'Act, pour la période 2007-2013, la MOT a mené deux études ; l'une, « articuler la politique de Cohésion, les dispositifs de gouvernance et les logiques territoriales transfrontalières »²⁶, a donné lieu à la publication d'un guide méthodologique et à une carte de synthèse. L'autre est intitulée « informer les acteurs locaux sur les montages opérationnels transfrontaliers pour 2014-2020. » Ces deux études ont demandé une recherche documentaire importante, ces documents sont désormais indexés et font partie du fonds documentaire de la MOT. Une autre originalité réside donc dans la présence de documents rédigés par l'équipe comme un guide méthodologique. Il s'agit soit de guides, d'études, d'expertises, soit d'actes de colloques ou de conférences. Certains ne sont pas diffusables mais tous enrichissent ce fonds et constituent une réelle valeur ajoutée.

2.2.2. Les types de document

Dans ce fonds, nous trouvons beaucoup brochures et de littérature grise²⁷ : thèses, mémoires, rapports, etc. Ce sont donc des sources originales, des documents primaires. Les monographies représentent une part minime du fonds. Il est intéressant de noter l'importance de la

²⁵ Portail Internet du CGET. [Consulté le 9 novembre 2014].

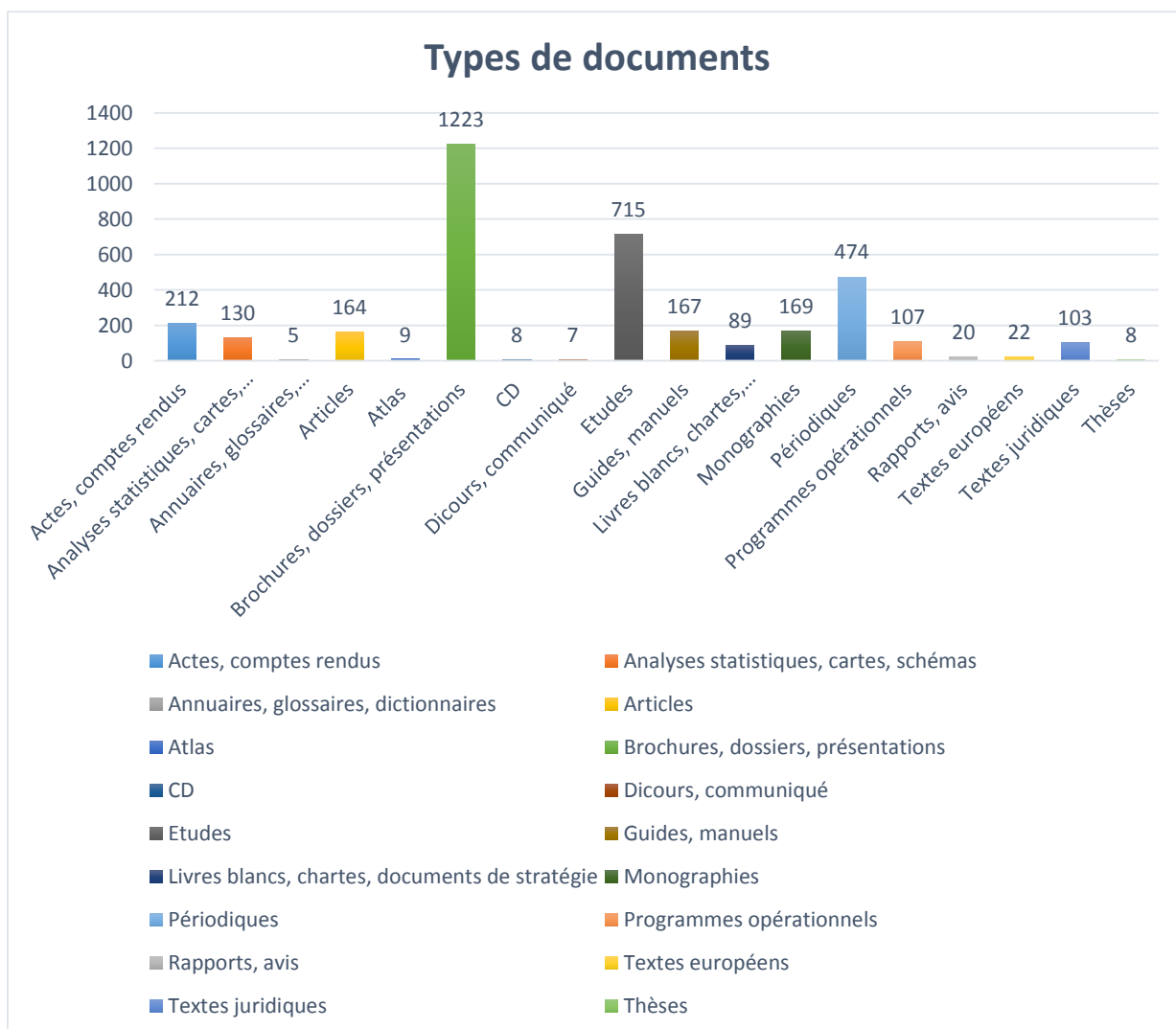
<http://www.cget.gouv.fr/qui-sommes-nous/lessentiel>

²⁶ Portail internet de la MOT. [Consulté le 9 novembre 2014].

<http://www.espaces-transfrontaliers.org/activites-europeennes/projets-europeens-de-la-mot/seminaires-montage-projets-transfrontaliers/>

²⁷ L'Afnor nous donne la définition suivante de la littérature grise : « document dactylographié ou imprimé, souvent à caractère provisoire, reproduit ou diffusé à un nombre d'exemplaire inférieur au millier, en dehors des circuits commerciaux de l'édition et de la diffusion. » (Afnor, vocabulaire de la documentation)

littérature grise, les informations qu'elles contiennent sont le plus souvent originales, qu'il s'agisse de rapports, d'études, de thèses, d'actes de congrès, etc. L'accès à ce type de documents est le plus souvent compliqué et c'est l'une des forces de la MOT de les avoir conservés.



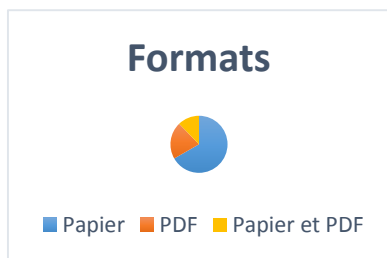
2.2.3. Les formats

Les formats (P ou PDF) : il n'existe en effet que deux formats dans ce fonds : les formats papier, majoritaires et les formats PDF²⁸.

²⁸ Inventé par Adobe Systems et perfectionné depuis plus de 20 ans, le format PDF est devenu un standard ouvert d'échange de documents électroniques géré par l'ISO (International Organization for Standardization).

Portail internet d'Adobe. [Consulté le 15 novembre 2014].
<http://www.adobe.com/fr/products/acrobat/adobepdf.html>

Les documents en formats PDF sont actuellement recensés dans la base Excel. L'enjeu est de les faire passer dans une base de données en ligne, afin qu'ils soient accessibles par le portail web.



Fin septembre 2014, les formats papier représentent 2168 documents du fonds documentaire de la MOT, alors que les formats en PDF n'en représentent que 685. Les documents en format papier et en PDF ne sont eux, qu'au nombre de 397²⁹.

On peut voir que les documents en format papier sont encore très majoritaires, même si de plus en plus de documents se trouvent aussi en format PDF.³⁰

Ce format présente un avantage certain : il est devenu le plus répandu sur le Web, en particulier pour les rapports et les documents techniques, car il est facile de publier un document en PDF grâce à Adobe Acrobat ; il conserve la mise en forme du document source et il est ensuite facile de l'imprimer. De plus, les fichiers PDF existent indépendamment du système d'exploitation qui est utilisé pour les afficher, distribué gratuitement par Adobe, il est donc très facile de les transférer d'un ordinateur à l'autre.

Le principal inconvénient d'un document en format PDF est qu'il est volumineux, donc plus long à télécharger.

2.2.4. Les thésaurus³¹

Le rôle du thésaurus est double puisqu'il assure « la cohérence dans la représentation des concepts » et il facilite « la tâche du chercheur d'information en établissant des liens entre concepts et termes³². » Le thésaurus est devenu incontournable, il le reste même sur le web.

Son but est d'aider l'utilisateur à être le plus précis possible dans sa recherche d'information. Ceci est particulièrement vrai dans le cas des thésaurus disciplinaires, qui ont une couverture limitée à la discipline, ce qui est le cas à la MOT. Celle-ci a mis en place trois thésaurus autour du transfrontalier :

Le premier, « Frontières et territoires », fait apparaître les différentes frontières qui sont dans les documents. L'Europe de l'Ouest est la mieux représentée, avec la France et ses frontières – Belgique, Allemagne, Luxembourg, Espagne, Suisse, Italie, etc.

²⁹ Ces chiffres correspondent au travail de JLB fait à partir de 3250 lignes sous Excel

³⁰ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P. 118

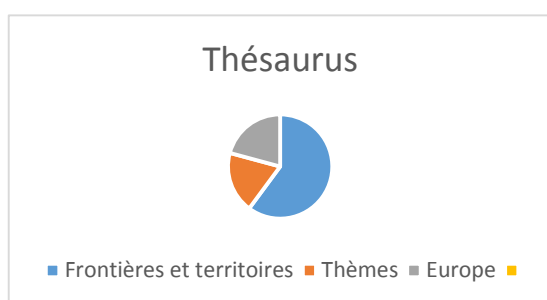
³¹ Le site de l'Enssib nous donne la définition suivante du thésaurus : « Un thésaurus est une liste organisée de termes normalisés, validés, qu'ils soient descripteurs ou non-descripteurs (c'est-à-dire rejetés), reliés par des relations sémantiques (équivalence, hiérarchie, association, synonymie...) exprimées grâce à des signes conventionnels. » Portail internet de l'Enssib. [Consulté le 10 octobre 2014].

<http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/thesaurus>

³² [18] PAPY Fabrice. P.154-155

Cependant, les autres pays d'Europe de l'Ouest sont aussi présents, ainsi que l'Europe de l'Est, les Balkans et la Méditerranée ; on trouve également quelques documents sur l'Afrique, l'Amérique, l'Asie, le Moyen-Orient et l'océan indien, même s'ils sont en moins grand nombre.

Le second thésaurus concerne les différents thèmes. Le troisième concerne les textes européens, c'est le moins important des trois. Ces deux derniers thésaurus se combinent pour les recherches avec le thésaurus « Frontières et territoires ». Un croisement s'opère entre une approche verticale représentée par les thèmes – transport, santé, culture, développement économique, etc. – et par le thésaurus Europe et une approche horizontale représentée par le thésaurus « Frontières et territoires ».



- Frontières et territoires : 1954 documents
- Thèmes : 676 documents
- Europe : 620 documents

Les thésaurus datent de 2010. La responsable du centre de documentation attend que l'outil de base de données en ligne soit mis en place pour les faire évoluer. Le thésaurus Europe a été fait en collaboration avec le directeur, les deux autres se sont constitués au fur et à mesure du classement et de l'indexation. Les thésaurus ont quand même un peu évolué puisqu'initialement, dans le thésaurus « Frontières et territoires » une seule entrée par adhérent était prévue.

Ces thésaurus, de par leurs sujets, se rapprochent du thésaurus Eurocov, mis en place en 1984 pour le traitement de l'information documentaire des institutions européennes³³. Il s'agit d'une initiative commune du Parlement européen et de l'OPOCE³⁴. Ce thésaurus permet l'indexation des documents parlementaires ainsi que les textes publiés au Journal Officiel. Sa principale caractéristique est le multilinguisme, ce qu'on ne retrouve pas dans les thésaurus de la MOT qui sont entièrement en français. De plus, même si de nombreux points communs existent entre ce thésaurus et ceux de la MOT, des thésaurus spécifiques leur étaient nécessaires en raison de la spécificité de leur recherche.

2.2.5. La volumétrie

Fin septembre 2014, le nombre de documents correspondaient à environ 3600 lignes sous Excel. Mais ce chiffre est amené à évoluer, nombre de documents restant à indexer. Ce nombre de documents est néanmoins peu important.

³³ Portail internet EuroVoc. [Consulté le 10 novembre 2014]. <http://eurovoc.europa.eu/drupal/?q=fr>

³⁴ OPOCE : Office des publications officielles des Communautés européennes

2.3. Constitution de ce fonds

2.3.1. La veille et la recherche documentaire à la MOT

La veille est organisée par la chargée de mission en documentation et communication et par la chargée de mission sur les politiques européennes et la vie de l'association – en congé maternité, je n'ai pas pu la rencontrer. De plus, chacun fait ses propres recherches, et partage en fonction des besoins. L'équipe, constituée de neuf personnes, a besoin d'une veille, veille réglementaire sur l'Europe, veille plus thématique, recherche documentaire faite en fonction des études, des projets engagés.

Une veille est faite par rapport à la revue de presse publiée sur internet. Cette revue de presse sert aussi pour l'équipe. Elle est faite avec Pressedd qui est un agrégateur de presse. Un abonnement permet l'accès à de nombreux articles – en fonction du montant payé. Il demande une lecture attentive et une sélection, qui doit être faite très régulièrement. C'est une veille pour le site – les adhérents – et pour l'équipe. Cependant, ces ressources ne font pas partie du centre de documentation. Un certain nombre de sites sont régulièrement visités. Au niveau français, nous pouvons citer comme sources Le Moniteur, Acteurs publics, au niveau européen Euractiv, OECD Direct mais aussi au niveau local Baltic Sea news ou Nordregio News. Certaines alertes sont mises en place à partir des mots « transfrontalier » et « transfrontalière » et une veille manuelle supplémentaire complémentaire qui consiste à aller visiter des newsletters électroniques, des journaux papier et d'autres sites web. On peut noter l'absence de mise en place de flux RSS sur les principaux sites.

2.3.2. Circuit d'alimentation

Outre la veille, beaucoup de documents ont servi à des études. Leur présence ne résulte pas d'une volonté en amont de la documentaliste mais résulte des recherches faites par les uns et les autres sur le transfrontalier. Contrairement à de nombreuses bibliothèques et centres de documentation, peu sont le résultat d'un achat. Ce centre de documentation s'est constitué au fil du temps, il est l'aboutissement d'années de recherche faite par l'équipe. Chacun peut d'ailleurs intervenir dans le choix des documents gardés.

Don : exemple de la documentation de Robert Botteghi, chercheur sur le transfrontalier, le fonds de Jean Peyrony, actuel directeur de la MOT.

Adhérents : La question de faire appel à la documentation des adhérents et donc de les mutualiser à la MOT a été posée. Cependant, à l'heure actuelle, la démarche n'a pas été faite car la MOT dispose

encore de nombreux documents non indexés et souhaite avancer sur ce travail avant de lancer un appel.

Achats : un budget, assez limité, de 1000 € par an, est alloué aux achats pour le centre de documentation. En effet, peu de livres sortent sur le transfrontalier.

Veille : comme nous l'avons vu, une veille est faite sur les principaux sites pour une actualisation de la documentation.

Prêts : quelques prêts sont effectués, mais uniquement au sein de l'équipe. Avec la mise en place de la base de données, la question du « prêt » va significativement disparaître.

2.3.3. Désherbage/filtrage

Il convient de souligner l'importance du désherbage et de l'élimination : un choix parmi les documents est fait. Certains intègrent le centre de documentation, d'autres non. Ce choix répond à différents critères : date, étude faite précédemment, documents qui ont pour sujet le transfrontalier mais aussi l'aménagement du territoire ; dans le choix des documents, une grande attention est portée au transfrontalier. Même si un document est ancien, il sera susceptible de figurer dans le centre de documentation s'il concerne un territoire transfrontalier – par exemple des brochures sur les parcs à la frontière franco-belge de 1997 : ce texte n'a pas pour vocation à être utilisé par des consultants ou des spécialistes de la question mais plus par des historiens-géographes de la région.

Le filtre, ce qu'on garde ou pas, reste une vraie question au sein de la MOT et donne lieu à de vrais débats : faut-il uniquement des sujets traitant du transfrontalier ? Sur l'Europe ? Les territoires français ? Une grande attention est portée sur les proximités en termes de contenu avec le CGET (ex DATAR) ou avec la Caisse des dépôts.

La date du document et sa pérennité sont à prendre en compte. Les articles doivent être des articles de fonds sinon ils vont dans le fonds presse. Les plaquettes sont à jeter ainsi que les documents de travail non finalisés, les versions provisoires. C'est en fonction du sujet, s'il s'agit de transfrontalier, il faut le garder.

La fonction du documentaliste s'avère donc indispensable par son rôle de filtre. Son centre de documentation ne peut prendre toute sa place que s'il remplit cette tâche et devenir ainsi un centre de documentation de référence, contrecarrant ainsi Google : « La concurrence avec Google. Un effet du numérique sur la recherche d'information est que l'accès rapide aux résultats, même s'il fait illusion, diminue le besoin d'accéder au papier³⁵. » Le rôle du professionnel est d'être un passeur, d'éviter le bruit ou le silence auquel nous confronte trop souvent Google, « des passeurs dont la tâche majeure est de garantir la valeur, l'authenticité et l'identité des connaissances mises en réseau³⁶. »

³⁵[1] BATTISTI Michèle, LAMOUREUX Mireille. P. 309

³⁶ [1] Ibidem. P. 311

3. Le choix d'un centre de documentation hybride

3.1. Réaménagement du centre de documentation physique

Alors que certains centres de documentation ne sont plus présents que sur internet, d'autres, comme la MOT, tout en mettant en place un centre de documentation numérique, souhaitent conserver un espace physique, même si le coût en sera plus élevé. Plusieurs raisons expliquent ce choix.

Tout d'abord, il n'est pas question de numériser les documents qui sont présents. Dans le cas d'un document papier, seule une notice sera disponible sur le site. Comme nous l'avons déjà vu, de nombreux documents, quelque fois anciens, n'existent pas en format PDF. La MOT n'a pas prévu de numériser ces documents, ils resteront donc consultables uniquement en format papier. L'investissement financier pour la numérisation de ces documents a été jugé trop important.

Le ministère de la Culture et de la Communication avait commandité en 2010 un rapport à Marc Teissier sur la pertinence d'un partenariat, entre la BNF et Google Livres sur la numérisation de masse d'ouvrages hors droit, dans le cadre de la bibliothèque numérique Gallica. A l'occasion de son rapport, Marc Teissier revient sur deux points qui lui ont semblé insuffisants pour conclure cet accord : ce sont les missions de conservation et d'accessibilité. En conclusion, il écrit :

La numérisation de masse est une voie possible, mais non exclusive de la numérisation ; ses contraintes et ses limites, tout comme ses indéniables apports, doivent être aujourd'hui intégrés à toute réflexion poussée sur ce qui constitue aujourd'hui les missions historiques des bibliothèques patrimoniales, tant en terme de conservation que de valorisation. C'est une des conditions nécessaires pour ne pas perdre le fil du débat³⁷.

La numérisation de masse a bien été engagée mais sur des fonds publics ou avec des accords avec des éditeurs et des bibliothèques partenaires. Google, comme d'autres moteurs de recherche, reste cependant important pour la mise à disposition des fonds numérisés sur internet.

Ensuite, il faut noter l'importance de l'espace physique, dédié au centre de documentation. Une pièce est allouée au centre de documentation avec deux bureaux équipés d'ordinateurs. Cette pièce a beaucoup évolué au cours des dix dernières années, différents aménagements ayant été réalisés, des étagères fabriquées – sur mesure. Les documents, autrefois éparpillés dans les bureaux, ont été réunis, puis indexés, pour être ensuite rangés. L'aménagement de la MOT a évolué lors de mon stage. Les documents, auparavant rangés dans des boîtes à archives, sont désormais mis en évidence et rendus accessibles.

Ce fonds fait l'objet d'une mise en espace, qui a été pensée, s'est développée au cours des années. Parallèlement à l'arrivée des documents dans le centre de documentation, la pièce est réaménagée pour accueillir les visiteurs et la signalétique évolue. La mise en scène des collections

³⁷ TEISSIER Marc. La numérisation du patrimoine écrit. [En ligne]. 2010. [Consulté le 21 octobre 2014]. <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/104000016/0000.pdf>

dans trois bibliothèques distinctes permet une bonne appréhension du plan de classement. Ainsi, les éléments choisis (typographie, couleur, etc.) participent du bien-être de l'utilisateur dans une bibliothèque ou dans un centre de documentation et participent ainsi de l'identité de l'institution.

Nous rejoignons des problématiques importantes en librairie, que ce soit la signalétique, comment aider le client – l'utilisateur – à se repérer, à trouver ce qu'il cherche, à ne pas se perdre, ce qui le ferait fuir, ou l'identité visuelle, comment se rendre unique par la mise en espace de ses livres : la Fnac se démarque de Gilbert Jeune, qui se démarque de la librairie le Divan, etc. Ce sont des librairies différentes par leur choix en terme de contenus – nous reviendrons sur ce sujet en deuxième partie – mais aussi par la mise en espace de leurs collections.

Pour aider l'utilisateur, il existe un plan de classement qui est très proche des thésaurus. Le principal but est d'aider à la recherche. Le champ d'étude de la MOT, très spécifique, a conduit à établir un plan de classement par territoire : les structures bougent, tandis que les territoires ne bougent pas. La cotation des territoires se décompose en plusieurs entrées, la première concerne le territoire, la seconde, une sous-entité du territoire, la troisième, une sous-sous-entité. Ce découpage aide à retrouver le document, il est donc nécessaire d'être le plus précis possible.

Par exemple dans le continent Europe, on peut trouver :

- en découpage de premier niveau : France-Espagne-Andorre
- en sous-entité (deuxième niveau) : Pays Basque-Aquitaine-Navarre-Euskadi
- en sous-sous-entité (troisième niveau) : l'Eurocité Basque

A côté de ce premier découpage, une entrée se fait à l'aide du plan de classement par thème.

Ce plan de classement a été respecté lors du réaménagement du centre de documentation physique.

Cet aménagement correspond aux trois plans de classement, une étagère est dédiée à chaque plan de classement, hormis une partie de la documentation « Frontières et territoires » qui a été rangée dans la même bibliothèque que les documents concernant l'Europe pour des questions pratiques, par manque de place.

L'accès aux documents ne pourra pas être direct. Le rôle de médiation de la documentaliste sera important. C'est un service réel d'aide à la recherche.

Ce centre de documentation est déjà accessible aux adhérents et financeurs de la MOT, aux services de l'Etat et aux étudiants-chercheurs. Il n'est accessible que sur rendez-vous.

3.2. Mise en place d'un logiciel documentaire : JLB-NET Portail 2.0

Le logiciel documentaire est une reconnaissance du travail fait depuis des années. La mise en place de la base de données s'est faite après la rédaction d'un cahier des charges. Il permettra

l'accès aux documents pour des personnes éloignées géographiquement, une rapidité d'accès aux documents.

On ne trouve dans ce fonds électronique que des documents en PDF (gratuits). Ils sont transférés d'un fichier Excel vers la base de données par JLB-NET Portail 2.0. La documentaliste n'a pas d'abonnement en ligne, il n'est donc pas question de droit.

Pour cette partie, nous avons pris connaissance d'un comparatif qui a été fait auprès de plusieurs fournisseurs. JLB-NET ayant été retenu, nous nous sommes intéressés à leur proposition. En effet outre l'aspect financier, qui correspondait aux attentes de la MOT, des aspects plus techniques ont déterminé le choix de ce logiciel.

✓ **Fonctions d'administration et de création**

- Deux accès simultanés ont été prévus pour les administrateurs, les administrateurs pourront gérer entièrement la base de données.
- En ce qui concerne l'extranet du site, les utilisateurs n'auront pas à s'identifier une nouvelle fois avec leurs mots de passe car l'application récupère le login de l'utilisateur, ce qui leur rend l'accès plus agréable.
- De plus la charte graphique sera adaptée au nouveau portail web de la MOT. Plusieurs storyboards seront proposés.

✓ **Fonctions de catalogage**

- Possibilité de créer des champs libres, des listes d'autorité et des listes fermées.
- Les trois thésaurus seront chargés dans trois champs distincts. Lors du catalogage, le masque de saisie permet d'accéder à chaque thésaurus et d'extraire les mots clés concernés en cliquant dessus.
- Possibilité de mettre plusieurs documents avec une même notice. Par exemple, possibilité de mettre pour une même notice un document en langue anglaise et un document en français, ce qui est important pour la MOT.
- Des règles d'écriture et de formats prédéfinis peuvent être faites. C'est possible par exemple pour les champs date.
- L'affichage des doublons est possible dès la saisie du titre.

✓ **Fonctions de recherche - utilisateur final**

- Possibilité de faire une recherche simple ou avancée.
- Pour les documents papier, seule une notice sera visible sur le portail.
- La solution JLB-NET prévoit également un système de lien hypertexte pour que l'utilisateur puisse rebondir entre les différentes notices.
- L'utilisateur pourra également faire des entrées combinées à l'intérieur d'un même thésaurus ou à partir des différents thésaurus.
- L'utilisateur pourra utiliser les différents opérateurs booléens (et, ou, sauf, ou exclusif).
- Une recherche full-texte à partir des PDF est également possible.
- L'utilisateur pourra se créer ses propres listes de référence à l'aide de paniers.

- Il pourra également éditer ses résultats de recherche : impression, export, envoi par mail.
- L'utilisateur pourra se créer ses propres requêtes et les enregistrer via la fonction « sauvegarde des stratégies de recherche ».

✓ **Formation – Statistiques**

- Des heures de formation sont prévues ainsi qu'un support. De plus, la documentation complète se trouve en ligne.
- Les statistiques sont accessibles à partir du module « statistiques » inclus dans JLB-NET. Elles portent sur le nombre d'utilisateurs, par navigateurs, par durées de session, de questions posées, de questions n'ayant abouti à aucun résultat, sur les pages vues, les notices vues, les bases vues, les documents attachés vus, et ce, sur des périodes données. Le module statistique présente ces résultats sous forme de tableaux, camemberts, et histogrammes.

L'évolution de l'interface vers l'anglais sera possible avec la nouvelle version de JLB-NET. C'est une question importante pour la MOT car son public n'est pas forcément francophone. Un développement complémentaire devra donc être envisagé.

3.3. Le choix d'un centre de documentation hybride

L'imprimé n'a pas disparu. Beaucoup de ressources n'existent pas encore sous forme électronique. La MOT n'a pas prévu de numérisation de ces documents (brochures, littérature grise) comme nous l'avons déjà vu précédemment.

Des livres achetés par la MOT en format papier ne le sont pas en version électronique. En effet, ce n'est que récemment que tous ces documents sont disponibles sous format électronique.

3.3.1. Un service supplémentaire pour les adhérents

Les adhérents, dont nous avons déjà étudié la composition, sont au centre du travail de la MOT. L'association leur offre différents services :

- Accéder à un centre de ressource unique sur la coopération transfrontalière.
- Echanger avec d'autres territoires transfrontaliers en Europe.
- Mieux faire prendre en compte les besoins des territoires transfrontaliers dans les politiques nationales et européennes.
- Bénéficier d'une expertise pointue³⁸.

Le centre de documentation sera un service supplémentaire qui leur sera rendu.

³⁸ Portail internet de la MOT. [En ligne]. [Consulté le 12 octobre 2014].
http://www.espacefrontaliers.org/fileadmin/user_upload/documents/Documents_MOT/MOT_services_adherents_FR.pdf

3.3.2. La mémoire

Sans être un centre d'archives, ce centre de documentation se veut également être le dépositaire d'une mémoire sur le transfrontalier.

Il s'agit de la préservation d'une mémoire de l'histoire du transfrontalier : un centre unique en Europe, des documents en différentes langues, essentiellement en français et en anglais. Les documents proposés sont récents, ils correspondent à la naissance de la MOT qui remonte à 1997. Peu de documents sont antérieurs à cette date.

La MOT possède d'inestimables ressources documentaires, ce projet en est une des traductions.

C'est également la mémoire des recherches faites à la MOT. La documentation est souvent issue de recherches faites par l'équipe de la MOT dans le cadre de leurs études. Par exemple, l'étude menée en 2013 sur la « Stratégie transfrontalière de développement de l'Arc jurassien franco-suisse » a nécessité un grand nombre de documents papier ou électroniques qui se trouvent à présent dans le fonds documentaire de la MOT.

3.3.3. Participer à la mise en réseau

Comme nous l'avons vu précédemment, le réseau, les partenariats de la MOT sont essentiels à sa compréhension et le centre de documentation ne peut que s'insérer dans cette démarche. Parler de mise en réseau signifie voir comment se font les échanges d'expérience, de capitalisation et comprendre la part que peut prendre le centre de documentation dans ce réseau. Ce centre de documentation n'existe pas seul, mais dans son environnement. La recherche de complémentarités documentaires semble primordiale pour ce centre de documentation en construction, ne serait-ce que pour le faire connaître.

3.3.4. Une meilleure visibilité...

... et donc plus de reconnaissance tant auprès des adhérents, du grand public que des organismes et ministères qui subventionnent la MOT.

La valeur ajoutée d'un centre de documentation est difficile à évaluer. Avoir un centre de documentation permettra à l'association de mieux se faire connaître et de faire ainsi reconnaître son travail par ses adhérents.

De plus, elle permettra sur internet une meilleure visibilité des internautes, à l'occasion de leurs recherches sur le transfrontalier.

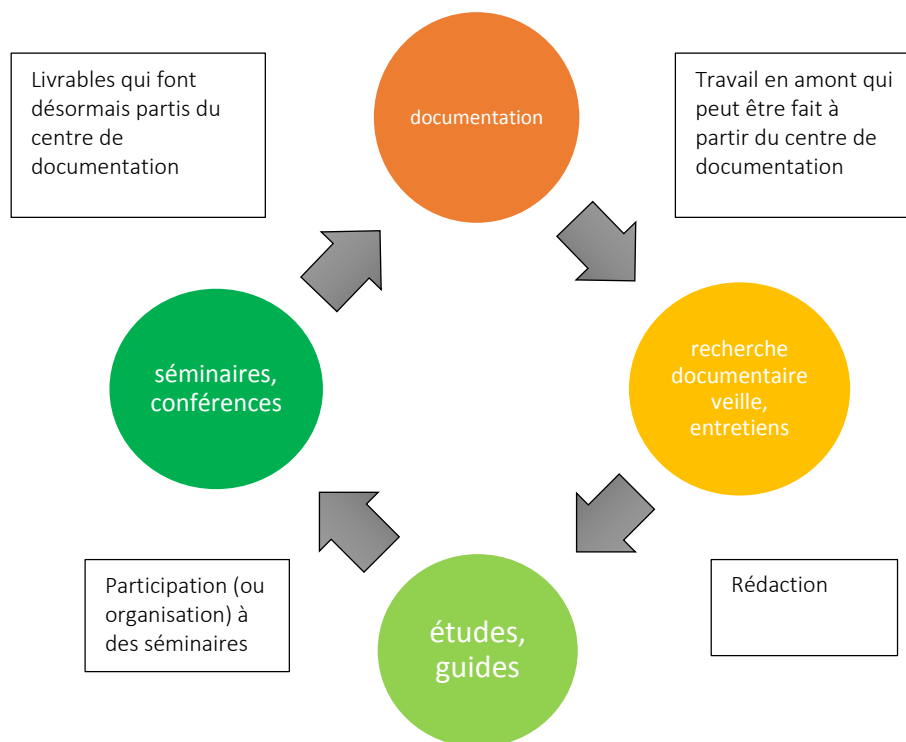
4. La mémoire des activités

Il s'agit ici de conserver la mémoire des activités³⁹.

La capitalisation des connaissances consiste à identifier, formaliser et conserver la mémoire des activités ; l'objectif est de rendre cette mémoire accessible indépendamment des acteurs qui l'ont créée, et de manière pertinente par rapport à un contexte d'intérêt donné.

Un document unique est écrit à partir de différents documents, de fiches projets : donner de la valeur en commentant, en réorganisant, il s'agit de créer de nouvelles informations en partant de différents documents.

La valorisation des documents peut être schématisée comme suit :



Cette capitalisation n'est cependant pas qu'une somme de savoirs, elle est aussi le résultat de flux et de processus : les flux entrants – informations venues de l'extérieur comme la presse, la veille – les flux sortants – informations produites par l'entreprise comme les études – et les flux internes qui sont le résultat de la communication entre les membres de l'équipe à l'intérieur même de la MOT.

La MOT sait « stocker » ses documents, mais elle sait aussi se doter de dispositifs « permettant aux acteurs de collaborer, de partager et d'échanger en permanence leurs représentations et de fabriquer, par le jeu de leurs interactions, un sens commun⁴⁰. »

³⁹ PRAX Jean-Yves, LARCHER Simon. La Gestion électronique documentaire. Nouvelle édition. Paris, Dunod, 2011. 341 p. ISBN 9782100078912. P.4.

⁴⁰ Ibidem. P. 6

4.1. Le dictionnaire du transfrontalier

Un dictionnaire analytique de la coopération transfrontalière est en préparation⁴¹. Avec sa mise en œuvre, les notions de capitalisation des connaissances et de réseau prennent tout leur sens. Capitalisation des connaissances parce que la MOT a décidé de participer à ce travail et donc de capitaliser des connaissances acquises au long de son existence, capitalisation de réseau également car ce dictionnaire est piloté par Birthe Wasseberg, professeure à l'IEP de Strasbourg avec Joachim Beck, professeur en sciences administratives à l'euro-institut Kehl, Bernard Reitel, professeur à l'Université d'Arras et Jean Peyrony qui est directeur général de la Mission opérationnelle transfrontalière.

Ce dictionnaire, comme d'autres dictionnaires sur l'Union Européenne comportera deux parties : la première partie, théorique, se consacrera à la terminologie et aux outils de la coopération transfrontalière. La seconde partie, géographique, sera un répertoire de toutes les régions transfrontalières. Il permettra de donner un outil de travail ainsi qu'une vision plus globale de la coopération transfrontalière.

4.2. Les études

Les études peuvent durer de 4 mois à 1 an pour les ministères – par exemple pour le ministère de l'équipement. Ce sont des études diagnostiques et/ou stratégiques.

Le portail documentaire valorise aussi les études. Comme le rappelle Françoise Noët dans son article "Piloter la gouvernance documentaire"⁴² :

Le service de documentation a vocation à rendre accessibles les études menées par les directions (souvent méconnues, non partagées et non capitalisées) sur le portail documentaire, ce qui doit leur apporter une meilleure visibilité.

Dans des dossiers sont rangés tous les documents produits par la MOT. Ces documents sont physiquement à part dans le centre de documentation. Pour des raisons de déontologie, un accès maximum aux documents est proposé. Cependant, la MOT ne souhaite pas divulguer un savoir-faire unique dont pourraient s'emparer des consultants pour remporter des appels d'offre. De plus, les adhérents et partenaires financiers – commanditaires des études – restent prioritaires, sont propriétaires de ces études et peuvent en limiter la diffusion.

De nombreux documents dans le centre de documentation ont préalablement servi à des études.

⁴¹Portail internet de TEIN. [Consulté le 22/10/2014]. http://www.euroinstitut.org/pdf/Download-Unterlagen/2014-Newsletterdateien/Appel_projetdictionnaireF.pdf

⁴² NOËT Françoise. Piloter la gouvernance documentaire. Documentaliste — Sciences de l'information, dossier information et territoires, décembre 2012, p.47. n°4. ISSN 0012-4508

4.3. Les cartes

Depuis 2006, les cartes, qu'elles soient diagnostiques ou stratégiques sont faites au sein de la MOT, à l'aide du logiciel Illustrator.

Sur le site, les cartes qu'on retrouve sont issues de l'atlas transfrontalier, qui est un outil de vulgarisation envoyé aux adhérents, sur le modèle de fiches de cuisine. Des mises à jour sont donc à faire sur le site. C'est un savoir-faire réel de la MOT car elles sont reprises par exemple dans des manuels scolaires. Pour une étude, 50 à 60 cartes sont réalisées à partir de données brutes ou d'entretiens.

La page des cartes est la deuxième page la plus regardée sur le site.

La notion de cartes est importante, en particulier dans le cas de la mission opérationnelle Transfrontalière, puisqu'elle définit en quelque sorte de nouveaux contours. Comme l'écrit Eric Auburtin⁴³ :

L'analyse cartographique des dynamiques transfrontalières permet de dessiner les nouveaux contours de la frontière : même si la frontière-ligne garde encore sa pertinence dans la mesure où elle continue de séparer des législations fiscales, sociales et institutionnelles différentes, la frontière-zone, voire la frontière-point, se substituent progressivement à elle comme autant de « fronts avancés » à l'intérieur du territoire infranational. La carte joue là un rôle essentiel. Elle n'apporte pas seulement une compréhension du monde en « extension ». Par les lignes et points qu'elle relie, elle permet aussi une lecture en « intensité » par rapport à ce qui remplit l'espace. Elle modifie le statut de frontière, en gommant progressivement ses aspérités pour produire un nouveau territoire, quitte parfois, pour en légitimer les contours, à réifier des figures historiques ou culturelles du passé. Objet de séduction, la carte reste avant tout un instrument de pouvoir⁴⁴.

La carte montre ainsi l'organisation de l'espace mais aussi les ambitions de l'auteur. C'est ce qu'il démontre dans son article⁴⁵ sur le polycentrisme dans la Grande Région. Le polycentrisme, poussé par les acteurs de la coopération transfrontalière parce qu'il est devenu une notion primordiale pour un aménagement du territoire plus concerté, est représenté de façon explicite sur les cartes. Il parle de « mise en scène cartographique du polycentrisme. » Les acteurs se servent de la carte pour légitimer leurs projets plus que pour mesurer les questions qu'il faudrait se poser et les failles qui demeurent.

⁴³ Eric Auburtin est géographe, intéressé par les questions relatives au transfrontalier, il est l'auteur d'un article portant sur la notion de polycentrisme et la Grande Région Saar Lor Lux Rhénanie-Palatinat Wallonie <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=aWVwZy5mcnx4aXRoLWJyaXQtY29uZmVyZW5jZXneDo1ZmZiYTZlNDBjMzcxMjRj>, consulter le 24/10/2014

⁴⁴AUBURTIN Eric. La carte comme système de représentations d'une idée transfrontalière. 2010. In Koukoutsahi-Monnier A. (dir.). Représentations du transfrontalier. Presses Universitaires de Nancy. 300p ; art. p87-106 : sur la cartographie. p.105.

⁴⁵AUBURTIN Éric. Institut Français de Géopolitique, le polycentrisme mis en scène et interrogé par la carte : l'exemple de la Grande Région. [En ligne]. Communication session 11. 6 septembre 2011. [Consulté le 10 septembre 2014] <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=aWVwZy5mcnx4aXRoLWJyaXQtY29uZmVyZW5jZXneDo1ZmZiYTZlNDBjMzcxMjRj>

5. Question de l'accès

5.1. Les espaces

L'accès au centre de documentation physique de la MOT n'est pas libre. Il est en effet situé dans les bureaux de l'association et n'est pas ouvert sur l'extérieur. Il faut faire une demande pour y avoir accès et c'est en cela que la mise en place du centre de documentation numérique est importante.

Nous allons reprendre ici la distinction établie par Anna Polewka dans son mémoire⁴⁶. En effet, Les usagers peuvent se décomposer en trois catégories :

- les usagers locaux, qui viennent directement dans le centre de documentation physique. Ils sont peu nombreux à la MOT, il s'agit principalement de membres de l'équipe. Quelques universitaires sont déjà venus à la MOT consulter les documents mais rarement. Les adhérents – souvent transfrontaliers – n'ont que peu d'occasion de venir.
- ensuite, les usagers à distance, qui vont consulter la base de données en ligne, ce sera l'essentiel du public du centre de documentation de la MOT – les adhérents ou les chercheurs qui auront obtenu des identifiants après en avoir fait la demande.
- ensuite les internautes, le public externe, qui n'auront pas accès au texte intégral des documents en PDF mais qui pourront faire des recherches. Il s'agit du grand public.

	Espaces physiques	Espaces numériques
Equipe	Accès libre	Libre Accès
Adhérents et services de l'Etat	Demande d'accès	Libre Accès
Chercheurs et étudiants	Demande d'accès	Accès après avoir fait une demande de code
Grand public	Aucun accès	Accès restreint aux notices

Dans ce tableau nous faisons volontairement la distinction entre l'accès libre (pour l'espace physique) et le libre accès qui fait référence à des documents numériques en accès gratuit.

⁴⁶ [4] POLEWKA Anna. P. 45

Dans le cas du centre de documentation hybride de la MOT, on peut voir que les modalités d'accès diffèrent entre les espaces physiques et les espaces numériques en particulier pour les adhérents et les services de l'Etat qui sont les premiers à être intéressés par la mise en place de cette base de données.

Ce n'est pas un accès à un catalogue d'éditeurs que propose la MOT, les documents en PDF sont en libres accès sur le web, la MOT les recense. Les prix demandés par les grands éditeurs sont, pour l'instant, prohibitifs pour la MOT.

Cependant, tous les documents en Open-Access ne sont pas pris en compte dans ce fonds. En effet, suite à l'initiative de Budapest, la définition suivante a été donnée des documents en Open Access :

Sa mise à disposition gratuite sur l'Internet public, permettant à tout un chacun de lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces articles, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale, sans barrière financière, légale ou technique autre que celles indissociables de l'accès et l'utilisation d'Internet. La seule contrainte sur la reproduction et la distribution, et le seul rôle du copyright dans ce domaine devrait être de garantir aux auteurs un contrôle sur l'intégrité de leurs travaux et le droit à être correctement reconnus et cités⁴⁷.

Toute bibliothèque ou tout centre de documentation peut donc enrichir son fonds numérique de ces documents. Bertrand Calenge⁴⁸ s'interroge également sur la place laissée aux documents en Open Access dans les bibliothèques, en notant que le rôle du bibliothécaire, est dans ce cas, peut-être plus qu'ailleurs, de vérifier la pertinence des contenus :

Le numérique amplifie la capacité des bibliothécaires à proposer des contenus pertinents, qu'il s'agisse de cours en ligne, de diaporamas, de billets parus dans des blogs sélectionnés, de cours d'enseignants librement accessibles, etc. Certes, il peut être nécessaire de passer ces ressources au crible de leur pérennité voire de leur utilisation technique, mais l'enjeu informatif devrait nous motiver.

Les centres de documentation doivent donc se faire connaître comme référence et pour cela la communication faite autour devient indispensable.

5.2. Ses usagers

Les objectifs de la mise en place de ce centre de documentation doivent être appréhendés à la lumière du choix fait qui est de ne pas laisser les ouvrages en libre accès⁴⁹. Est-ce, comme le dit Yves Le Coadic, parce que la MOT serait voué « à une activité de conservation de type patrimonial. » ? Les ouvrages seraient laissés aux grands lecteurs, professeurs et étudiants, spécialistes du transfrontalier.

⁴⁷Portail internet de l'Inist. [Consulté le 15 octobre 2014]. <http://openaccess.inist.fr/?Initiative-de-Budapest-pour-l>

⁴⁸ [20] BARRON Géraldine, LE GOFF-JANTON Pauline P. 52

⁴⁹ [17] LE COADIC Yves. P.60

Aujourd'hui, l'approche est de se centrer sur l'utilisateur et non sur le document. Cela signifie que la satisfaction des « usagers » est l'objectif principal du centre de documentation :

L'utilisateur de l'information est la personne qui fait en sorte d'obtenir de la matière information la satisfaction d'un besoin d'information⁵⁰.

Il existe une typologie d'utilisateurs⁵¹ qui nous semble pertinente pour la MOT et qui peut se définir par ces différentes caractéristiques :

- Le type de techniques ou de systèmes d'information utilisés : dans le centre de documentation ou en-dehors. Dans le cas de la MOT, une grande partie des usagers seront en-dehors du centre de documentation.
- L'expérience de l'utilisateur : experts (comme les chercheurs) ou novices.
- Les pratiques utilisées : lecture séquentielle, feuilletage ou lecture aléatoire.
- Selon l'importance de l'usage : qui va d'usage important à aucun usage.

Cette typologie peut être complétée par une approche quantitative. Comme nous l'avons déjà noté, la volumétrie du centre de documentation est peu importante, ses usagers également. De par les restrictions d'accès, de par son sujet, ce centre de documentation est réservé à un public limité. Quel est le public cible ? Qui est concerné ? Qui est-ce qu'on pourrait toucher ?

Le public du centre de documentation de la MOT peut être divisé en quatre groupes :

- L'équipe qui a donc accès à tous les documents et qui en aura un usage important dans le cadre des études qu'elle a à mener.
- Les chercheurs et étudiants⁵² : les étudiants ont une attitude de plus en plus « consumériste ». Une analyse menée en 2003 auprès des étudiants en lettres et sciences humaines, *l'étude Les bibliothèques de Paris et leurs publics* révèle que ceux-ci n'utilisent pas les services documentaires spécialisés (catalogues, bibliographie, etc.) avant le troisième cycle. Cette étude date de plus de dix ans, mais on peut douter que cette tendance se soit inversée étant donné la généralisation des appareils électroniques et la prééminence de Google. Les chercheurs sont eux de plus en plus exigeants, « ce qu'ils souhaitent avant tout, c'est que ces documents soient les plus visibles possible par les moteurs de recherche qu'ils utilisent. » Une communication spécifique, sur le centre de documentation, auprès de ces publics, permettrait de mieux s'en faire connaître.
- Les adhérents, les financeurs et services de l'Etat : ce service s'adresse en priorité à eux. Il est une « valeur ajoutée » face à des services déjà existants comme la revue de presse ou l'accès à des ressources dédiées.
- Le grand public : « [Il] serait l'ensemble du public par opposition au public des connaisseurs ; le peuple, la masse opposés aux érudits, aux lettrés⁵³. » Il est difficile à définir dans le cadre de la MOT. On pourrait dire qu'il s'agit de « toute personne intéressée par les questions

⁵⁰ [17] LE COADIC Yves. P.59

⁵¹ [17] LE COADIC Yves. P.62

⁵² [1] BATTISTI Michèle, LAMOUREUX Mireille. P. 309

⁵³ [17] LE COADIC Yves. P.77

transfrontalières », ce qui reste encore assez vague. Après la mise en place de centre de documentation numérique, il serait intéressant pour la MOT de mieux connaître ce public, par exemple par le biais d'un questionnaire sur le portail web. Il aura accès à la base de données JLB-NET 2.0 et aux notices des documents. S'il le souhaite, il pourra ensuite faire une demande auprès de la MOT, celle-ci sera examinée pour savoir si un code lui est temporairement accordé. S'il s'avère que ce centre de documentation lui est précieux, il peut aussi devenir adhérent de la MOT ; avoir un centre de documentation peut être une façon pour la MOT d'accueillir de nouveaux adhérents.

**Deuxième partie –
Enjeux d'un fonds documentaire
hybride**

6. Différents centres de documentation

Cette partie a pour objectif de faire le point sur différents concepts qui concernent les centres de documentation hybrides, leurs politiques documentaires, leurs accès et les usages qui y sont pratiqués. Nous nous intéresserons dans cette partie aussi bien aux centres de documentation qu'aux bibliothèques. Nous ferons également quelques comparatifs avec le monde de la librairie qui est assez proche puisqu'il s'agit toujours des métiers du livre. Le libraire, comme le bibliothécaire, est un passeur entre le livre et le lecteur et les questions soulevées relèvent des mêmes problématiques.

La révolution numérique a profondément fait évoluer l'environnement documentaire, qui est passé du physique au virtuel. Du livre papier, de la bibliothèque ou de la librairie, comme lieu d'échange nous sommes passées à l'ère du livre numérique sur liseuse, portable ou tablette, l'échange à présent se fait le plus souvent à distance.

Les documents sont aujourd'hui directement créés en format électronique, avant le passage au format papier, l'impression et la reliure. Le format papier n'en est qu'une des expressions finales. Le texte est alors imprimé, relié. A l'inverse, des textes plus anciens sont à présents numérisés, passant du format papier au format électronique.

6.1. Centres de documentation physiques

6.1.1. Des espaces nécessaires

Plusieurs enjeux rendent ces espaces nécessaires, impactant soit le public, soit le bibliothécaire, soit la bibliothèque :

- ✓ L'impact sur le public⁵⁴ : nous pouvons noter l'importance pour certains usagers, afin de ne pas se sentir démunis devant un écran d'ordinateur, de lire sur supports papiers, d'avoir accès à un espace public.
- ✓ Le rôle du bibliothécaire ou du documentaliste pour trouver des sources fiables. Nous reviendrons sur cette question de la fiabilité lorsque nous aborderons la médiation.
- ✓ Il s'agit aussi d'un enjeu démocratique : en effet comme la rappelle Antonella Agnelli⁵⁵, la bibliothèque enrichit le tissu démocratique en permettant au citoyen de s'informer et ce dans un lieu ouvert et non devant un écran d'ordinateur.

Nous devons ici revenir sur la disparition, que beaucoup redoutent, des librairies, avec l'arrivée de la vente en ligne, dont Amazon est un acteur incontestable, et des livres numériques. Il faut cependant ajouter que cette crainte n'est pas nouvelle ; l'arrivée des grandes surfaces culturelles du

⁵⁴ Colloque horizon 2019, la fin des médiations

⁵⁵ [24] AGNOLLI Antonella.

livre, comme la Fnac ou Virgin, avait déjà fortement concurrencé les librairies indépendantes. En 1988, a été créée l'Adelc⁵⁶ par plusieurs éditeurs. Ceux-ci avaient pris conscience que des textes plus difficiles, moins attendus, n'étaient défendus que dans des librairies indépendantes. Nous faisons référence ici aux Editions de Minuit, alors dirigées par Jérôme Lindon ; lors de l'analyse des ventes du livre *La Salle de bain* de Jean-philippe Toussaint, Jérôme Lindon avait alors mis en évidence le rôle des librairies indépendantes dans le lancement de l'ouvrage avant les médias et les grandes surfaces culturelles⁵⁷. Depuis, ces grandes surfaces ont aussi connu des difficultés, la disparition de Virgin n'en est qu'un des aspects les plus marquants. La librairie, au même titre que la bibliothèque, n'est pas qu'un lieu de vente, elle est aussi un lieu d'échange.

Les librairies occupent une place de choix dans le maillage social et intellectuel du tissu urbain par la part qu'elles prennent à la vie culturelle des régions, départements, villes et quartiers. Les librairies sont les partenaires privilégiés des bibliothèques et jouent, à leurs côtés, un rôle d'animation tout à fait important. Ce rôle est renforcé par la participation de nombreuses librairies aux manifestations littéraires organisées sur l'ensemble du territoire et dont elles sont souvent à l'origine. Compte tenu de leur rôle culturel, le maintien et le développement des librairies constitue une des priorités de la politique du livre du ministère de la Culture et de la Communication⁵⁸.

Pour cela, une réelle politique des pouvoirs publics s'est mise en place via des aides du CNL⁵⁹, de l'Adelc et des DRAC⁶⁰. Depuis la mise en place du prix unique du livre en 1981, créé pour soutenir la librairie indépendante contre les grandes surfaces culturelles, les aides publiques se sont en effet multipliées afin de conserver des « commerces » qui participent de la vie culturelle d'une ville au même titre que les bibliothèques ou les centres culturels.

6.1.2. Chronique d'une disparition annoncée

Le livre numérique se développe et les centres de documentation physique continuent d'exister mais voient leur influence diminuer. Certaines institutions prennent le pari d'en ouvrir mais pour combien qui décident de les fermer ? Avec l'arrivée d'internet, leur existence, de par leurs coûts, sont de plus en plus remises en question. De plus, ces espaces présentent des inconvénients, décrits par Peter Brophy⁶¹, dans son article sur les bibliothèques hybrides :

- Les documents ne peuvent être lus que par un lecteur à la fois alors que le livre numérique peut être consulté par différentes personnes, un document papier ne pourra être consulté qu'en fonction du nombre d'exemplaires disponibles.
- Les bibliothèques ou les centres de documentation sont limités par l'espace physique et ne peuvent contenir tous les documents dont les lecteurs pourraient avoir besoin.

⁵⁶ Adelc : Association pour le développement de la librairie de création

⁵⁷ Site internet de l'Adelc. [consulté le 23 novembre 2014].

http://www.adelc.fr/main.php?action=web_rubrique&rubId=2

⁵⁸ Site internet du ministère de la Culture et de la communication. [Consulté le 27 novembre 2014].

<http://www.culturecommunication.gouv.fr/Disciplines-secteurs/Livre-et-Lecture/Economie-du-livre/Soutien-a-la-librairie>

⁵⁹ CNL : Centre national du Livre

⁶⁰ DRAC : Direction régionale des Affaires culturelles

⁶¹ [25] BROPHY Peter.

- Les différents processus de l'auteur au lecteur font que certains documents sont obsolètes lorsqu'ils sont intégrés aux collections. Le numérique permet en effet à l'auteur de faire connaître son texte aussitôt qu'il est fini, après validation, alors qu'un délai est nécessaire à un éditeur pour imprimer un ouvrage.
- La disponibilité des ouvrages : de nombreux ouvrages restent disponibles très peu de temps. La base ReLIRE⁶², créée par la BNF en 2013, leur offre une deuxième vie ; ces livres, qui ne sont publiés ni sous format papier, ni sous format électronique, sont encore sous droit d'auteur puisque ce sont des livres du XX^{ème} siècle. La loi qui a promulgué cette disposition, modifie le code de la propriété intellectuelle puisqu'elle rend possible la numérisation par un éditeur de ces livres sans réexaminer chaque contrat d'édition, via une société de gestion collective agréée par le ministre chargé de la culture, la Sofia. Pour des auteurs, le numérique peut être une réelle opportunité d'être redécouverts⁶³.
- Le coût tant des ouvrages que de l'entretien de l'espace physique, ainsi que les coûts de personnel.
- Les bibliothèques, comme les centres de documentation, doivent se réinventer. Leur survie en dépend. C'est aussi pour cette raison que la communication qu'elles mettent en place pour se faire connaître est si importante.

Par ailleurs, la librairie est-elle également mise en danger par l'arrivée du livre numérique ? Depuis de nombreuses années, on nous promet sa disparition et il est indéniable qu'elle est en difficulté face à des géants comme Amazon. Mais cette difficulté vient essentiellement du catalogue de livres en format papier proposé, qui est très complet, plus que de la place prise par le livre numérique, le livre papier continuant d'être très apprécié des lecteurs. Ceux-ci sont encore nombreux à n'envisager la lecture-plaisir qu'en format papier, même et surtout s'ils utilisent quotidiennement un ordinateur et lisent de nombreux documents en format numérique pour leur travail. Dans un rapport⁶⁴ daté de juin 2013 intitulé « les clients de la librairie indépendante » rédigé par le Syndicat de la librairie française (SFL) et par l'Observatoire société et consommation (l'Obsoco), il est indiqué que seuls 35 % des clients de librairies indépendantes ont déjà lu un livre sur liseuse, tablette ou ordinateur – le pourcentage ne porte que sur 1048 clients de librairie mais il nous semble suffisamment significatif. De plus, 88 % des lecteurs ne souhaitent pas passer au livre électronique dans les années à venir :

Enfin, seulement 27 % estiment qu'ils liront de plus en plus de livres électroniques dans l'avenir et, pour 88 %, « rien ne remplacera jamais le plaisir attaché au livre papier ». Indépendamment de la relation sensuelle au papier, une certaine représentation de soi, voire une dimension narcissique, est

⁶² ReLIRE : Registre des livres indisponibles en Réédition électronique

⁶³ Portail Internet BnF-ReLIRE [Consulté le 10 novembre 2014]. <https://relire.bnf.fr/accueil>

⁶⁴ Portail Internet du Syndicat de la librairie française. [Consulté le 10 novembre 2014]. http://www.syndicat-librairie.fr/images/documents/rapport_d_finitif_l_obsoco.pdf p.14

affichée par le livre physique (place de la bibliothèque dans le salon, présence physique du livre de chevet...) ⁶⁵.

C'est en cela aussi que nous pouvons faire une distinction : la lecture n'est plus la même bien que le lecteur reste le même. Les bibliothèques et les librairies prêtent ou vendent aussi en format numérique mais l'ampleur de cette vente est sans commune mesure avec ce qui se passe dans les centres de documentation, dans les bibliothèques spécialisées ou dans les bibliothèques universitaires. De nombreuses librairies ne vendent toujours pas de livres électroniques, certaines le font pressées par la demande ou par la crainte de passer à côté d'un marché. Nombreux sont les clients de librairies à s'étonner de la vente de livres en format numérique à l'intérieur de ces lieux emblématiques. Pour certains, il ne s'agit pas du même « métier », le libraire étant alors considéré comme étant le « dernier rempart » contre l'arrivée du tout numérique. Il faut ici distinguer les librairies généralistes des librairies spécialisées, ces dernières étant beaucoup plus impactées par le numérique.

Les bibliothèques publiques de prêts, qu'il s'agisse des bibliothèques municipales ou des bibliothèques départementales de prêts, ne proposent pas toutes des livres numériques. En 2013, selon une enquête ⁶⁶ commanditée par le Ministère de la Culture et de la Communication, 23 % des bibliothèques municipales et 54 % des bibliothèques départementales de prêts en proposaient. Nous pouvons noter un net progrès puisqu'en 2011 les chiffres étaient respectivement de 14 % et de 43 %. Les trois principaux freins à cette offre sont le manque de budget, l'obsolescence (voire l'absence de portail internet) et le manque de formation des bibliothécaires.

Les centres de documentation ne sont pas dans cette situation. Leur contenu est le plus souvent lié au monde du travail et de la recherche ; c'est dans ces domaines que la numérisation a le plus augmenté. Cependant, de nouveaux lieux se construisent : centre de documentation hybride, learning centre ou encore troisième lieu, ils réinventent la bibliothèque.

6.1.3. Vers de nouveaux espaces

6.1.3.1. Les learning centres

Les bibliothèques universitaires sont les premières à avoir développé de nouveaux espaces avec les Learning centres. Le concept de Learning centre (traduction littérale de « centre d'apprentissage ») n'a pas d'équivalent en français. Ce concept vise à réduire les frontières en ce qui concerne l'enseignement, la documentation et la recherche.

Susan MC Mullen les définit ainsi :

⁶⁵ ObsOco, SFL. Les clients de la librairie indépendante. Juin 2013. [En ligne]. [Consulté le 12 novembre 2014]. http://www.syndicat-librairie.fr/images/documents/rapport_d_finitif_l_obsoco.pdf

⁶⁶ Enquête 2013-2014 sur les ressources numériques en bibliothèques. Ministère de la Culture et de la Communication-Direction générale des médias et des industries culturelles-Service du livre et de la lecture. 2013. [En ligne]. [Consulter le 23 novembre 2014]. <file:///C:/Users/MariePierre/Downloads/Ressources%20num%C3%A9riques%20des%20biblioth%C3%A8ques%20publiques%20-%20avril%202014.pdf>

Du point de vue fonctionnel et spatial, le modèle du centre de ressources documentaires et pédagogiques (learning commons) intègre bibliothèque, technologies de l'information et aide aux études de façon à offrir aux usagers un continuum de services, notamment en faisant appel à tout l'éventail des connaissances et des compétences du personnel et en mettant à leur disposition des outils qui leur permettent de s'orienter aisément vers les domaines du savoir qui leur sont utiles. C'est un lieu dynamique qui stimule l'acquisition de connaissances en donnant aux étudiants des moyens d'effectuer des recherches, de collaborer, d'échanger leurs points de vue et de consulter des personnes susceptibles de leur apporter une aide⁶⁷.

L'ESSEC à Cergy-Pontoise en est l'exemple français. Les orientations générales du projet, décrites dans un rapport de la conférence des présidents d'université et de la caisse des dépôts⁶⁸ avaient en effet prévu de combiner le développement d'une offre de service en ce qui concerne la pédagogie, les ressources documentaires et l'accompagnement pédagogique dans le domaine du e-learning. Les volets documentaires classiques et pédagogiques sont ainsi réunis dans un même lieu. Des conseils en tutorat, coaching et pédagogie et des PC équipés en logiciels pour l'apprentissage des langues sont proposés à côté d'un fonds spécialisé, en particulier en sciences de gestion. En élargissant ainsi le périmètre de compétences des bibliothécaires, des changements sensibles ont été perçus « dans leurs relations avec les usagers et les enseignants » ainsi que l'explique Françoise Cousseau dans un article⁶⁹ paru en 2009. Elle note en effet que les équipes du learning center travaillent aujourd'hui en amont avec les équipes pédagogiques et sont en mesure d'apporter des ressources ajustées aux besoins de leurs cours.

La région Nord-Pas-de-Calais quant à elle, s'appuyant sur la dynamique des collectivités territoriales et des universités, prévoit l'ouverture de quatre learning centres, ouverts à tous, articulés autour des thématiques suivantes : fait religieux, innovation, ville durable, archéologie/Egyptologie. Leurs objectifs sont d'accueillir dans la convivialité (cafétéria, média), de rencontrer le savoir (le centre de ressources), de construire les savoirs (éducatifs) et de confronter les savoirs (démocratique, ouverts à tous⁷⁰). Ces learning centres physiques seront complétés par un learning center virtuel qui sera leur vitrine et donnera accès à l'information.

6.1.3.2. Les espaces physiques comme « troisième lieu »

Cette notion a été développée par Ray Oldenburg, professeur de sociologie, au début des années 1980. Au départ les bibliothèques n'étaient pas répertoriées comme troisième lieu et c'est un autre sociologue, Robert Putnam, qui a montré l'exemple de la bibliothèque de Chicago. La bibliothèque quitte ses habits d'austérité pour devenir un lieu d'échange et de mixité sociale :

À l'heure de la dématérialisation des supports et de l'avènement des bibliothèques numériques, les bibliothèques troisième lieu engagent un réel pari physique. Elles se veulent point d'ancrage de leur

⁶⁷ [29] McMULLEN Susan.

⁶⁸ Conférence des présidents d'université, Caisse des dépôts. Rapport d'étude : mettre en place un learning centre. [En ligne]. Mai 2011. [Consulté le 12 novembre 2014]. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/49519-mettre-en-place-un-learning-center.pdf>

⁶⁹ [13] COUSSEAU Françoise. P.55

⁷⁰ Portail internet Learning Centers Nord-Pas de Calais. [Consulté le 25 novembre 2014]. <http://learningcenters.nordpasdecals.fr/learning-centers-pourquoi>

collectivité. Afin d'attirer en leurs murs des publics habituellement peu réceptifs, elles procèdent à une redéfinition de leur sémantique architecturale, scellant définitivement la rupture avec les bibliothèques temples du savoir⁷¹.

Ce concept devient de plus en plus utilisé au Royaume-Uni ou dans les pays d'Europe du Nord. Encore peu répandu en France, il a déjà inspiré malgré tout deux bibliothèques que sont les bibliothèques de Thionville et d'Angoulême. A Thionville, il n'est plus question de bibliothèque mais de « centre culturel ». Au départ, il était prévu la construction de deux bâtiments, une médiathèque et un Centre d'art et de musique actuels. Le coût trop important a amené les élus à choisir de ne faire qu'un bâtiment mais pouvant réunir les deux institutions. Il a été décidé de s'inspirer du concept de « troisième lieu » pour qu'une collaboration soit réellement mise en œuvre entre les institutions.

Dès lors, le cahier des charges politique se transforme : il s'agit désormais de créer un lieu vivant organisé autour d'une bibliothèque, au cœur de son territoire, accueillant, accessible et favorisant l'échange⁷².

Sur un plan architectural, des zones, clairement structurées et délimitées, permettent soit l'échange, à voix haute, soit le travail. Elles sont clairement structurées. L'acoustique en a été soigneusement étudiée, les différents « univers » de la bibliothèque ont été associés à un service – recherche documentaire, restauration rapide, etc.

Des lieux longtemps considérés comme élitistes s'ouvrent et cette nouvelle conception de la bibliothèque ne craint pas de voir des formes de culture populaire voire commerciale représentée à l'intérieur même du lieu. C'est « l'ère de l'infotainment » – contraction d'information et d'entertainment – ou « edutainment ».

Ces nouvelles bibliothèques restent des lieux d'étude mais deviennent également aussi des lieux de détente, de divertissement et d'échange ; Patrick Bazin⁷³ préfère l'appellation d'hyper lieu, comme on parle d'hypertexte ou d'hypermédia. Dans une tribune publiée par le magazine professionnel *Livres-hebdo*, il nous éclaire sur le sens de ce mot :

[La bibliothèque] doit articuler la construction d'une offre à l'expression d'attentes précises. Elle doit combiner divers niveaux d'approche, plus ou moins spécialisés, plus ou moins amateurs. Elle doit intégrer des points de vue culturels, générationnels, idéologiques, différents. Elle doit favoriser les ponts entre les temps que chacun consacre au travail, aux loisirs, aux affaires privées, à l'éducation, à la vie collective. Elle doit faire le lien entre le local et le global. Elle doit être capable de jouer sur toute la gamme de ce qui constitue un espace mental digne de ce nom : intelligence et sensibilité, pratique concrète et spéculation, solitude et partage. Peu d'institutions sont à même de remplir autant que les bibliothèques publiques ce nouveau contrat du savoir.⁷⁴

Que dire des librairies qui se transforment en café, fleuriste, salon de thé ? Faire des signatures et organiser des événements et des Salons ne suffisent plus, chacun cherche à se renouveler.

⁷¹ [35] SERVET Mathilde.

⁷² [33] FRANQUEVILLE Pierre, SERVET Mathilde.

⁷³ Patrick Bazin est le directeur de la bibliothèque public d'information du Centre Gorges Pompidou.

⁷⁴ [30] BAZIN Patrick.

Cet hyper-lieu est remis en cause par certains dont Bertrand Calenge, ce qu'il nomme les « Idea Store » n'ont pour lui pas besoin de bibliothécaires, la bibliothèque doit rester dédié au livre tout en étant accueillante :

Ce qui est le plus énervant, c'est que le concept d'une bibliothèque largement ouverte, claire, accueillante, confortable, attentive à ses usagers, n'a rien de neuf [...] la bibliothèque a d'autres fonctions sociales que l'offre d'un havre chaleureux, d'autres projets politiques qu'offrir l'espace d'un club ouvert à une communauté⁷⁵.

L'importance des bibliothèques et des centres de documentation comme espaces physiques a donc été remise en question, l'espace virtuel prenant une place prépondérante dans l'accès aux livres ou aux documents.

6.2. Centres de documentation virtuels

6.2.1. Question de terminologie numérique – virtuel – électronique

Le service en ligne de la bibliothèque de l'Enssib a expliqué, en 2009, la différence entre ces trois termes.⁷⁶ Il reprend les explications de Bertrand Calenge qui précise « qu'une bibliothèque électronique proposerait des documents électroniques (abonnements, signets) tandis qu'une bibliothèque numérique offrirait l'accès à des documents acquis ou numérisés par l'établissement. » A partir de là, la bibliothèque virtuelle regrouperait les documents électroniques et numériques. Cependant, nous pouvons souligner que l'usage de ces trois termes semble se confondre dans leur acception courante.

Le numérique a apporté des mutations dont il faut tenir compte pour la conception des nouvelles bibliothèques. Soit la bibliothèque devient entièrement virtuelle, soit le contenu est presque entièrement virtuel mais des services continuent d'être proposés (les learning centres), soit la mutation se fait « en douceur » et nous obtenons alors des bibliothèques hybrides⁷⁷.

6.2.2. L'incontournable numérique

Michel Serres, en nous racontant l'histoire de petite poucette, revient sur les évolutions qui ont marqué l'histoire du savoir, de l'information. Comme il le rappelle, l'arrivée du numérique n'est pas que négative, de même que l'imprimerie avait été une invention primordiale pour l'homme.

Avant Gutenberg, il fallait savoir par cœur Thucydide et Tacite si l'on pratiquait l'histoire, Aristote et les mécaniciens grecs si l'on s'intéressait à la physique, Démosthène et Quintilien si l'on voulait exceller dans l'art oratoire... donc en avoir plein la tête. Economie : se souvenir de la place du volume sur le rayon de librairie coûte moins cher en mémoire que retenir son contenu. Nouvelle économie, radicale celle-là : nul n'a même plus besoin de retenir la place, un moteur de recherche s'en charge.⁷⁸

⁷⁵ [31] CALENGE Bertrand.

⁷⁶ [2] ENSSIB.

⁷⁷ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P.537

⁷⁸ [5] SERRES Michel. P.29

Pour des raisons d' « économie » de mémoire, nous avons adopté le livre, puis le numérique pour se souvenir à notre place. Il ne s'agit donc pas que d'une économie financière. Ces deux économies ont pour résultat que la révolution numérique emporte les centres de documentation physiques, les espaces qui les incarnent. Le savoir, l'information ne sont plus centrés, ils sont libres de leurs mouvements. Cette évolution, même si certains la redoutent, ou la fuient, est bien présente dans nos comportements. Michel Wievorka⁷⁹, quant à lui, dépassant ainsi les louanges et les accusations portées sur le numérique – de la démocratisation de la culture à la perte de notre capacité de concentration – invite le lecteur à intégrer le numérique dans ses méthodes de travail, en particulier le chercheur en Sciences humaines et sociales, ce dernier lui permettant de renouveler ses pratiques et ses fonctionnements – par exemple collaboratifs.

Pendant, entre reconnaître la place qui revient indéniablement au numérique et n'avoir que des librairies virtuelles, un pas reste à franchir.

6.2.3. La « digital library »

La « digital library » désigne un concept développé par Charles Oppenheim et Daniel Smithson dans leur article « What is the Hybrid library » en 1999. Il s'agit d'une bibliothèque entièrement en ligne.

La DPLA (Digital Public Library of America) en est un exemple. Récemment ouverte, elle n'est pas un double de Google Book Search qui détenait le monopole de l'accès au savoir. La DPLA veut s'appuyer sur le patrimoine des bibliothèques, numériser leurs documents pour les mettre à la disposition du plus grand public. Il s'agit de mettre sur un portail unique les différents documents :

The vision of a national digital library has been circulating among librarians, scholars, educators, and private industry representatives since the early 1990s. Efforts led by a range of organizations, including the [Library of Congress](#), [HathiTrust](#), and the [Internet Archive](#), have successfully built resources that provide books, images, historic records, and audiovisual materials to anyone with Internet access. Many universities, public libraries, and other public-spirited organizations have digitized materials, but these digital collections often exist in silos. The DPLA brings these different viewpoints, experiences, and collections together in a single platform and portal, providing open and coherent access to our society's digitized cultural heritage⁸⁰.

Il s'agit donc d'un super-agrégateur qui renvoie à chaque institution. Il en est de même pour Européanna qui est une bibliothèque virtuelle soutenue par l'Union européenne. L'infrastructure de DPLA a été conçue pour être interopérable avec celle d'Européanna. Tout ceci va constituer un réseau à l'échelle mondiale, qui, en une génération, va constituer un réseau qui permettra à chacun d'accéder aux différentes collections des bibliothèques⁸¹.

⁷⁹ [6] WIEVORKA Michel. P. 60

⁸⁰ Portail web de la digital library of America. [Consulter le 24 novembre 2014]

⁸¹ [32] DARNTON Robert.

Ce concept qui date maintenant d'une quinzaine d'années est lié à internet. Comme le souligne Catherine Lupovici⁸², il a accompagné une forte innovation, et rendu possible une réelle chance d'ouverture pour les bibliothèques et les centres de documentation même s'il a aussi pu susciter des craintes.

6.2.4. Vers un espace uniquement virtuel ?

Cependant, des craintes surgissent face à des espaces entièrement virtuels. En clôture d'un colloque tenu en 1998⁸³, Jean-Noël Jeanneney insistait déjà sur le coût de la numérisation. L'accès à l'information serait contraint par le prix de la numérisation et les inégalités ne pourraient alors que s'accroître.

Selon Peter Brophy⁸⁴, les espaces uniquement virtuels présentent aussi des inconvénients. Le premier problème est la fiabilité des sources. Devant l'abondance des ressources disponibles sur internet, il est difficile et souvent difficilement vérifiable de connaître leurs valeurs réelles. C'est le rôle du bibliothécaire en tant que médiateur de vérifier cette fiabilité.

De plus, des problèmes liés à la conservation des documents ou à leur affichage sont nombreux, ce que nous verrons lorsque nous étudierons la politique documentaire des centres de documentation hybride.

Entre la bibliothèque constituée entièrement d'imprimés et la bibliothèque virtuelle, il existe une autre voie qui est celle de la bibliothèque – ou centre de documentation – hybride.

6.3. Centres de documentation hybride

Ce concept a été élaboré sous le nom de « hybrid library » au Royaume-Uni à la fin des années 90 :

La bibliothèque hybride a été conçue pour rassembler dans le contexte d'une bibliothèque opérationnelle un large éventail de technologies issues de différentes sources, et aussi pour commencer à étudier les systèmes et les services intégrés dans deux sortes d'environnement : électronique et imprimé. La bibliothèque hybride devrait inclure l'accès à tout [...] les types de ressources [...] au moyen des diverses technologies utilisées dans le monde des bibliothèques numériques, quels que soient les supports⁸⁵.

C'est pour de telles raisons que de nombreux centres de documentation – et de bibliothèques – se tournent vers des espaces hybrides. La bibliothèque devient hybride par la force des choses. Son évolution englobe les deux mondes, physique et virtuel. Les bibliothèques sont face

⁸² LEPOVICI Catherine. De la bibliothèque classique à la bibliothèque numérique : continuité et rupture

⁸³ LE SAUX Annie. Bibliothèques virtuelles. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 5, 1998 [consulté le 25 novembre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-05-0108-010>>. ISSN 1292-8399.

⁸⁴ [22]BROPHY Peter

⁸⁵ Chris Rudbridge, cité dans Brophy Peter, La bibliothèque numérique, 2002, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2002-04-0014-002>

à une double injonction qui les conduit toutes deux à l'impasse : soit, elles ignorent le numérique, et elles sont marginalisées, soit elles numérisent complètement leur fonds et « risquent de voir leur identité se diluer au sein des flux qui circulent⁸⁶.» Les bibliothèques continuent d'acheter des livres en format papier, les lecteurs d'en emprunter. Elles doivent pouvoir répondre à toutes les demandes et donc, à côté d'une offre numérique en constant développement, continuer d'offrir des catalogues d'imprimés.

Nous allons dans la partie suivante reprendre la double acception du terme bibliothèque – également applicable aux centres de documentation –, pour appréhender la bibliothèque hybride comme catalogue puis comme lieu et enfin examiner les services qui y sont proposés.

6.3.1. Des offres en format papier et numérique

Les bibliothèques offrent de plus en plus accès à des ressources électroniques : Soit en les intégrant à l'offre documentaire, par des abonnements ou la construction de listes de signets – comme à la BNF – soit en créant des portails qui proposent des ressources, dont le catalogue de la bibliothèque, soit enfin en offrant un accès à internet dans le lieu même de la bibliothèque.

Il existe une complémentarité entre les deux sortes d'offre qui s'explique en fonction des spécificités de chaque établissement, ainsi qu'en fonction de leurs usagers. Un centre de documentation d'entreprise verra la proportion de ses documents numériques augmenter de façon considérable alors qu'une bibliothèque municipale mettra encore l'accent sur l'imprimé. Comme l'écrit Bertrand Calenge⁸⁷, suite à une étude faite par le groupe Poldoc⁸⁸, différents critères doivent être pris en compte :

- Les critères d'accessibilité : le support choisi varie en fonction des publics, les supports numériques étant plus complexes à manier. En fonction des publics, tel ou tel support sera préféré. Un usager souffrant d'un handicap aura plus de difficulté à se rendre en bibliothèque, un autre n'aura pas la dextérité nécessaire pour se servir d'un ordinateur. La question de l'accessibilité se double d'un critère de rapidité d'accès à l'information. Une entreprise aura besoin d'un accès très rapide à une information alors qu'un lecteur de romans sera dans une activité de plaisir, donc sans contrainte de temps.
- Les critères d'actualisation : si une actualisation rapide est requise, la mise à jour rapide de l'information sera demandée, ce qui privilégie l'information numérique ou les périodiques.
- Les critères de conservation : les critères de conservation sont mieux respectés avec l'imprimé. Mais des progrès ont été réalisés pour les documents numériques et il faut connaître le niveau de conservation requis pour la bibliothèque.

⁸⁶ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P. 77

⁸⁷ [21] CALENGE Bertrand. P. 17

⁸⁸ Poldoc : Groupe de recherche bibliothéconomique appliquée aux outils des politiques documentaires

- Les critères de travail à distance : Il s'agit ici de la consultation « hors les murs ». Les contraintes juridiques de l'information numérique doivent être levées pour qu'une telle consultation soit un atout.
- Les critères du mode de recherche : « Plus la recherche est sophistiquée, plus l'information électronique est intéressante ». Un lecteur de roman n'aura pas les mêmes besoins qu'un juriste ou un universitaire.
- Les critères du coût : il s'agit de l'investissement nécessaire pour les ressources numériques, en particulier les coûts d'abonnement qui peuvent être très élevés. Différents partenariats ont été mis en place dans les bibliothèques via les consortiums.
- Les critères de la production : la production de romans se fait encore le plus souvent en format papier alors que de nombreux domaines de la recherche sont aujourd'hui en format électronique. Un centre de documentation spécialisé en recherche nucléaire ne peut se cantonner à une diffusion papier de même qu'il n'existe que très peu de bibliothèques de prêts uniquement en numérique. Quelques exemples (comme la bibliothèque du Comté de Bexar au Texas) voient le jour mais ceux-ci restent encore trop peu significatifs.

Il s'agit d'une grille de réflexion qui doit être adaptée à chaque établissement. La MOT, par son travail de recherche et en raison de la distance de ses adhérents, a la nécessité de proposer des ressources électroniques. Même si la consultation de sa documentation en format papier reste limitée, la non-numérisation de ses documents et la valeur qu'ils représentent impliquent la préservation de ce centre de documentation physique tout en évoluant vers le passage au format électronique. La MOT doit donc gérer de façon conjointe la préservation de ce centre de documentation et le passage au format électronique.

L'arrivée des ressources numériques n'est pas qu'une complexification de la nature de la collection, elle pose d'autres questions sur la stratégie de la bibliothèque et son organisation. Le bon fonctionnement d'une bibliothèque hybride suppose donc, toujours selon Bertrand Calenge⁸⁹ :

- Une interconnexion des catalogues, avec le recours à plusieurs types de métadonnées, c'est-à-dire la reconnaissance de la diversité et de la richesse « des supports, des formes et des modalités d'utilisation des ressources. »
- Une identification unique de l'utilisateur, pour une gestion centralisée des droits, ce qui éviterait à l'utilisateur de devoir s'identifier en fonction des services auxquels il souhaite accéder.
- Le développement de multiples interopérabilités : des interopérabilités techniques, sémantiques (entre les thésaurus) mais aussi humaines, chacun étant susceptible de s'occuper des deux types de ressources, ce qui renvoie aux problèmes de la formation des bibliothécaires.

⁸⁹ [21] CALENGE Bertrand. P.20

- La déclinaison des solutions retenues : il faut garantir la pérennité des services et donc des métadonnées.
- La proposition d'une interface unique pour l'accessibilité aux contenus ; ce principe est acquis avec le développement des portails web, qui permettent aux bibliothèques, à partir d'une interface unique, de donner accès aux catalogues et aux différents services en ligne.

La MOT ne retient pour l'instant comme format que le PDF, libre de droit d'auteur. Aucune question de droit, donc de coût, ne se pose. De plus, la MOT possède un portail Web très opérationnel, qui va lui permettre d'intégrer sa base de données. A partir de son portail, les usagers, qui auront un identifiant et un mot de passe, pourront se rendre dans le centre de documentation numérique.

Finalement, le centre de documentation hybride permet aussi une réconciliation entre les partisans d'une rupture franche vers le numérique et les accusateurs de cette rupture qui dénoncent la mise en danger de la concentration et de la lecture⁹⁰.

6.3.2. La matérialité

Le sujet de la bibliothèque en tant que lieu a été récemment abordé dans un très beau livre paru aux éditions de l'Enssib en 2012, *Architecte et bibliothèque – 20 ans de constructions*⁹¹. Il faut rappeler le double sens du mot bibliothèque, comme catalogue et comme édifice. Florian Forestier, conservateur des bibliothèques, explique que :

Les projets de bibliothèques se sont multipliés ces dernières années, peut-être aussi parce que la remise en question de la matérialité du livre (ce qu'on pourrait appeler l'éclatement ou la pluralisation du livre) a remis en avant cette autre matérialité du bâtiment qui accueille et rassemble l'écrit, l'image, le signe.

Avec la dématérialisation de la bibliothèque au sens de catalogue, il a semblé nécessaire de matérialiser le lieu, et c'est ainsi que ces dernières années ont vu se construire de nombreuses bibliothèques publiques, universitaires, municipales et également des centres de documentation. Les noms des plus grands architectes leur sont associés. On pense en 2010 à la construction de la bibliothèque de l'université Paris VIII, à celle de Saint-Denis par Pierre Riboulet ou encore à Toulouse à la bibliothèque d'étude et du patrimoine dont l'architecte était Dominique Letellier en 2003.

Le livre, promis depuis de nombreuses années à une mort certaine, semble avoir encore de beaux jours devant lui. Comme l'écrivent Xavier Fabre et Vincent Speller, architectes, « le livre conserve cette force d'être le réceptacle ultime de tous les sujets, toutes les histoires, trace tangible et transmissible d'une pensée, en objet⁹². »

⁹⁰ [6] WIEVORKA Michel. P.25

⁹¹ [34] PETIT Christelle P. 62

⁹² [34] PETIT Christelle. P. 55

L'espace de la bibliothèque hybride est en continuité avec les espaces physiques et virtuels. Elle permet l'accès à tous et à tous types de supports. La future bibliothèque multimédia à vocation régionale de Caen la Mer en est un exemple. Le cabinet d'architectes a effectivement voulu mettre en avant les deux aspects de cette médiathèque ; c'est ce qu'explique le blog des bibliothécaires de Montréal dans un article de mars 2013 portant sur cinq projets phares de bibliothèque :

La programmation architecturale a été guidée vers un équipement hybride, tout autant physique que virtuel, avec une parfaite imbrication de ces deux mondes en jouant sur la superposition d'une carte mentale de la connaissance sur la carte spatiale de la bibliothèque⁹³.

Comme l'écrit Anna Polewka⁹⁴, la bibliothèque hybride est l'ajustement perpétuel entre le numérique et le physique : faire entrer le numérique dans le physique, via des affichages, des postes internet en libre accès mais aussi du physique dans le numérique, par l'utilisation de tablettes qui copient la fonction feuilletage. L'un et l'autre ne doivent pas être mis en concurrence mais en complémentarité.

6.3.3. Les services proposés par les bibliothèques hybrides

6.3.3.1. Une complémentarité

La bibliothèque hybride propose également des services qui lui sont spécifiques car ils appartiennent à l'espace physique et à l'espace numérique. Il existe une continuité entre l'espace physique et le portail web. L'utilisateur peut en amont prendre connaissance du catalogue, faire des réservations et aller voir les tutoriels, les cours en ligne⁹⁵.

Il peut ensuite assister à des conférences ou à des expositions virtuelles. C'est par exemple ce que fait la BNF lorsqu'elle met en place une exposition virtuelle dans la continuité, le prolongement d'une exposition ayant lieu sur le site. Les exemples sont nombreux. On pense en effet à la magnifique exposition sur « l'âge d'or des cartes marines » en début d'année 2013. Comme le note France Gautier dans son mémoire d'étude à l'Enssib, le but est toujours la valorisation du fonds de la bibliothèque⁹⁶. Ces expositions virtuelles peuvent être plus importantes pour des raisons de place, elles peuvent également durer dans le temps. Un autre intérêt est bien évidemment le fait de toucher un public nouveau.

6.3.3.2. La bibliothèque 2.0

L'arrivée du Web 2.0 a également fait évoluer cette notion de services. Dans une enquête⁹⁷ datée de 2010, Olivier Le Deuff a proposé trois définitions de la « bibliothèque 2.0 ». La plus

⁹³ <http://espaceb.bibliomontreal.com/tag/bibliotheque-hybride/>

⁹⁴ [4] POLEWKA Anna. P. 33

⁹⁵ [27] HELLY Perrine. P.62

⁹⁶ GAUTIER France. Concevoir une exposition virtuelle en bibliothèque : enjeux et méthodologie. En ligne, consulter le 13/10/14. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/667-concevoir-une-exposition-virtuelle-en-bibliotheque.pdf>

⁹⁷ [28] LE DEUFF Olivier.

représentative pour les bibliothécaires était « La bibliothèque comme un ensemble de services à disposition de l'utilisateur qui permet d'élargir la médiation et attirer de nouveaux publics via le numérique. » L'utilisateur est au centre et les différents outils (blog, message, réseaux sociaux) sont à sa disposition pour favoriser l'interaction et l'échange. Il n'est plus un simple participant, un simple « consommateur », il devient acteur de sa bibliothèque. Il s'agit d'une réelle complémentarité avec la bibliothèque traditionnelle, physique ; c'est en cela que le Web 2.0 participe de la bibliothèque hybride. De plus, le Web 2.0 peut amener de nouveaux usagers à la bibliothèque, ce qu'ont bien compris les libraires. Nombreux sont ceux qui ont ouvert des sites web et des pages sur les réseaux sociaux, des pages Facebook ou des comptes Twitter pour échanger avec leurs clients. Sur la page d'accueil du site web de la librairie de Paris, qui permet la vente en ligne de livres en format papier ou numérique, nous trouvons également des renvois vers leurs comptes Facebook ou Twitter qui leur permettent d'échanger avec leurs lecteurs au sujet d'événements (signatures à la librairie, Salons auxquels participent la librairie, etc.), les prix littéraires, des émissions de radio concernant le monde du livre, chacun ayant la possibilité de commenter. Présenté comme un service supplémentaire offert aux clients, il permet aussi de les fidéliser.

La MOT possède un compte Twitter qui lui permet d'informer en temps réel ses abonnés⁹⁸ de son actualité. C'est un média très réactif qui permet d'échanger des informations rapidement et un outil de communication rapide qui peut aussi être un outil de veille – les abonnés renseignent au sujet de leur actualité. La notion de réseau, via les abonnés, prend tout son sens. La MOT informe ainsi de ses conférences, de la parution de la newsletter et peut « retweeter » les informations qui lui semblent intéressantes.

Cette question fait débat dans la société entière et les bibliothèques ne sauraient y échapper. Les courants « technophiles » s'opposent à des courants plus traditionnels. Personne ne nie que le numérique constitue une avancée considérable mais il ne peut être l'unique voie et la bibliothèque hybride peut en être une.

Cependant, c'est de nouveau la question des compétences qui est ici posée, les bibliothécaires devant se former à ce nouveau média. Le bibliothécaire devient lui aussi 2.0 et les nombreux outils disponibles demandent de nouvelles compétences.

⁹⁸ La MOT comptait 176 abonnés sur son compte Twitter le 30 novembre 2014.

7. La politique documentaire

7.1. Qu'est-ce qu'une politique documentaire ?

Selon la définition donnée par l'ENSSIB⁹⁹, il s'agit des différents processus visant au contrôle d'une collection. Cela inclut la politique d'acquisition, la politique de conservation, d'élimination et la politique d'accès. Les bibliothèques doivent faire connaître et justifier leur choix, par la rédaction d'une charte des collections destinée à leur tutelle pour des raisons budgétaires mais aussi au public et faire connaître leur politique documentaire :

Chaque bibliothèque doit élaborer et publier la politique de développement de ses collections et de ses services en concertation avec les bibliothèques proches ou apparentés¹⁰⁰.

L'idée est ici qu'une bibliothèque ne peut se concevoir sans l'existence de bibliothèques proches, tant au niveau du contenu que géographiquement. La collaboration entre bibliothèques devient nécessaire que ce soit pour des raisons budgétaires que pour des raisons de gestion de leur fonds – traitement, stockage.

La politique documentaire est aujourd'hui un sujet central et le groupe Poldoc¹⁰¹ fait un travail important sur ce thème en rassemblant les différentes politiques documentaires des différentes institutions qu'il s'agisse des bibliothèques ou des centres de documentation. Le groupe Poldoc a créé un blog sur internet, ce qui permet un partage entre les différents partenaires.

7.2. Notion de collection

Le terme de collection semble ambigu. L'une des premières acceptions de ce terme donné dans le *Petit Robert* est en effet « Réunion d'objets ayant un intérêt esthétique, scientifique, historique, ou une valeur provenant de leur rareté. »

Dominique Arot, dans un article intitulé politiques documentaire et politiques de collections et publié dans le bulletin des Bibliothèques de France écrit :

La collection n'est pas cet ensemble achevé invitant à la contemplation ou à la jouissance, elle est mouvement et tension, toujours présents dans l'acte de collectionner et dans son institution¹⁰².

La collection est en mouvement, et c'est ce mouvement que décrit la politique documentaire, le choix fait par le documentaliste ou le conservateur. La collection n'est pas statique. Une collection repose avant tout sur la notion de sélection, et ce, que ce soit dans le monde de l'imprimé ou dans

⁹⁹ <http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/politique-documentaire>, consulté le 03/10/2014

¹⁰⁰ [23]CAZENOBE Adrienne. P. 147

¹⁰¹ <http://poldoc.enssib.fr/>

¹⁰² <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1999-02-0088-014>, consulté le 03/10/2014

le monde du numérique¹⁰³. Puis la collection doit être organisée, afin que l'utilisateur puisse retrouver les documents qu'il recherche.

Cette notion est abondamment reprise dans l'ouvrage de Bertrand Calenge. Il définit la collection en expliquant qu'elle n'a pas de caractère de rareté, que sa destination est utilitaire, que « ces usages sont déterminés dans le cadre de priorités définies au sein de la collectivité tutélaire, et qu'elle n'est pas un objet immatériel¹⁰⁴. » Il précise sa définition de la façon suivante :

- La collection prime sur le livre. En effet, le document prend sens aussi par rapport aux autres documents. Ce n'est pas une addition de livres, c'est un ensemble, qui s'adresse au lecteur.
- Elle se renouvelle en fonction des besoins. Une collection n'est pas une accumulation. Elle se pense plus comme renouvellement que comme accumulation (acquérir, désherber, trier). En particulier, au regard de l'espace limité accordé à chacune dans des centres de documentation ou des bibliothèques physiques.
- Elle dépend des services qui la font exister : ce sont les services qui la rendent vivante dans son rapport à l'utilisateur, qu'il s'agisse des services de prêt, d'expositions, etc.
- Elle est acte de choix contraint.
- Il n'existe pas deux collections semblables. Chaque collection s'adresse à un public spécifique, c'est cette spécificité qui la fait telle qu'elle est. Bien évidemment, on retrouvera les grands classiques, le dernier prix Goncourt, mais chacune aura sa propre originalité, due aussi à son environnement. Cette notion est importante dans le cas du centre de documentation de la MOT, car sa collection ne peut être comparée à aucune autre, en raison de son sujet mais aussi de son public.
- La notion de réseaux, en particulier de réseaux en bibliothèques. Ici, on retrouve la notion d'entraide, de coopération entre bibliothèques. Chacune ayant ses propres priorités, chaque bibliothèque peut compter sur une autre, proche, pour la compléter.
- Elle est objet de gestion économique et logistique, et doit être contrôlée par la collectivité. On doit juger de la rentabilité d'un livre par rapport au public, même si nous sommes dans le domaine du prêt et non de la vente.

Les bibliothèques spécialisées – au même titre que les librairies spécialisées – sont d'autant plus conscientes de la notion de complémentarité, qu'en raison de leur spécificité, elles ne cherchent pas à avoir un lectorat le plus étendu possible mais bien de savoir répondre aux demandes du public, au risque de lui indiquer une autre bibliothèque si ses demandes ne sont plus de son domaine. C'est tout à fait le cas de la MOT qui pourra, si une demande ne correspond pas à son fonds, diriger l'utilisateur vers une autre bibliothèque. La notion de réseau prend alors tout son sens.

De plus, la notion de collection est particulièrement importante en bibliothèque mais aussi en librairie. Les choix diffèrent en fonction des librairies. Telle librairie du centre de Paris ne fera pas les mêmes choix en fonction de son histoire et de son public. Certains auteurs seront, bien évidemment

¹⁰³ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P.20

¹⁰⁴ [21] CALENGE Bertrand. P. 72

présents dans chacune d'elle. Nous pensons, par exemple à Patrick Modiano, Prix Nobel de littérature 2014, ou à des auteurs dits « incontournables », mais certaines librairies feront le choix de défendre tels ou tels textes alors que d'autres feront des choix différents. Le rôle du médiateur est ici très significatif et ce n'est pas sans raison que les éditeurs font découvrir leurs livres au libraire via la distribution de services de presse – comme aux journalistes – ou organisent de grandes réunions à l'approche de la rentrée littéraire pour donner envie au libraire de défendre tel livre plutôt que tel autre.

7.3. Les différentes étapes de sa constitution

7.3.1. L'achat ou l'accès

7.3.1.1. Une politique d'acquisition

Avec les achats, les bibliothèques doivent effectuer des choix ; ce sont donc des ensembles documentaires qui gardent toute leur cohérence. Certains secteurs de la bibliothèque sont favorisés alors que d'autres sont peut-être plus délaissés¹⁰⁵. Les achats de livres en format papier représentent encore une grande partie des achats en bibliothèque mais, concurrencés par le numérique, ils diminuent dans certains domaines. Adrienne Cazenobe note également le passage des acquisitions à caractère bibliographique qui prévalaient jusque dans les années 1990 – faites en fonction du contenu intellectuel du document – à des acquisitions à caractère bibliothéconomique à partir des années 1990, et qui correspond à l'apparition d'une politique documentaire plus formalisée – faites plus en fonction des publics, de la prescription des autorités de tutelle, des réseaux documentaires, etc. L'acquisition à caractère bibliographique correspondait donc à « une représentation idéale de la bibliothèque¹⁰⁶ », alors que le document était diffusé sous sa forme matérielle.

Aujourd'hui, ce mode d'acquisition a doublement évolué car le document n'est plus seulement imprimé, il est aussi numérique. De là, il faut distinguer ce qui se passe dans les bibliothèques municipales ou départementales, car l'imprimé reste le moteur le plus important du développement de leurs collections alors que dans les bibliothèques universitaires, les centres de documentation, l'achat de document numérique s'est considérablement développé, répondant à des usages différents.

Les achats d'imprimé, monographies ou périodiques, répondent à des modes d'organisation qui leur sont propres¹⁰⁷ :

- L'office, qui correspond à une pré-sélection faite par le libraire d'un certain nombre de titres. Ces titres sont soit retenus, soit refusés. Ils font alors l'objet d'un retour. Même si cet office présente des avantages – en évitant au bibliothécaire de se déplacer – c'est une façon de

¹⁰⁵ [23] CAZENOBÉ Adrienne. P. 137

¹⁰⁶ [23] Ibidem P. 139

¹⁰⁷ [23] Ibidem P. 156

déléguer aux libraires une partie du choix. Des clauses précises doivent donc l'entourer pour instaurer des critères de sélection mais aussi pour les délais de retours.

- Les commandes permanentes : il s'agit d'un ordre permanent d'achat pour certaines collections.
- Les agences d'abonnement : ce sont des intermédiaires qui gèrent les abonnements des périodiques des bibliothèques. Ce service s'est étendu aux monographies en format papier ou électronique.

7.3.1.2. Le droit d'accès

A la différence de l'imprimé, le document numérique ne fait le plus souvent pas l'objet d'un achat mais d'un droit d'accès. On achète le droit d'accéder, de copier, de télécharger le fichier et non le fichier lui-même. Ce droit est définie par une licence ou un contrat de licence – qui définissent de façon unilatérale ou bilatérale – les droits et les obligations des chacune des parties. Le contrat de licence définit d'une part les modalités d'accès aux contenus et il détermine d'autre part la durée de l'abonnement, le montant de la redevance et les conditions de règlement.

L'abonnement aux périodiques en ligne se fait soit « en bouquets » (plusieurs titres) soit par titre. Cet abonnement est rendu plus complexe par des modalités tarifaires fixées selon de multiples critères. Comme l'explique Adrienne Cazenobe :

En fin de compte l'abonnement aux publications périodiques électroniques se révèle être une opération complexe qui suppose la maîtrise des analyses de coûts financiers et des dispositifs juridiques¹⁰⁸.

Les prix et les complexités d'acquisition ont conduit les organismes de recherche et des bibliothèques universitaires à se regrouper au sein de consortium pour négocier avec les éditeurs, qui bénéficiant d'une position dominante sur le marché imposent des tarifs très élevés. En France, les bibliothèques publiques qui développent une offre en ligne appartiennent au consortium Carel – consortium d'acquisition des ressources électroniques en ligne - et les bibliothèques de recherche au consortium Couperin – Consortium universitaire des publications numériques. L'offre pour les e-books, livres électroniques, reste encore modeste en France. Les ouvrages proposés n'étant pas toujours adaptés à la demande, cependant, cette offre va se développer dans les années qui viennent et Couperin en a proposé une « offre idéale¹⁰⁹ ».

7.3.1.3. Les modalités d'accès

Hormis les documents proposés par les éditeurs, certains documents – comme ceux que la MOT diffuse – font l'objet d'un accès libre et gratuit – l'Open Access : il s'agit pour les chercheurs « de disposer de moyens de communication directe parallèles au circuit de publication

¹⁰⁸ [23] CAZENOBÉ Adrienne P. 166

¹⁰⁹Portail web Couperin, en ligne, consulter le 27/11/2014, <http://www.couperin.org/relations-editeurs>

traditionnel¹¹⁰ » et d'une façon de remettre en question les prix souvent très élevés proposés par les éditeurs.

L'Open Access se développe aujourd'hui, à la suite de la recommandation, datée de juillet 2012, de la Commission Européenne, qui demande aux pays membres :

De définir des politiques claires en matière de diffusion des publications scientifiques issues de la recherche financée par des fonds publics et du libre accès à ces dernières¹¹¹.

Il faut souligner que la MOT diffuse beaucoup de littérature grise, qui ne fait pas l'objet de publications par des éditeurs. Le rôle du bibliothécaire ou du documentaliste est alors très important, car c'est lui qui, par sa veille et sa recherche documentaire, va offrir un fonds documentaire à ses usagers.

7.3.2. La conservation, le désherbage

La conservation, comme le désherbage, font intrinsèquement partie du métier de bibliothécaire. Pourquoi conserver tel ou tel document, pourquoi ne pas le garder, sont des questions auxquelles le bibliothécaire est confronté.

7.3.2.1. La conservation

La conservation des documents numériques est un réel problème. Il faut, de plus, penser cette conservation en termes d'archivage pour les institutions possédant un fonds documentaire numérique important.

En effet, plusieurs paliers peuvent être pris en compte pour la conservation des données¹¹² :

- Au quotidien, le bibliothécaire doit mettre en place une gestion qualitative des données reçues ou produites. Il pourra ainsi clairement identifier les données à conserver en priorité.
- À court terme, la bibliothèque utilise ces données. Ensuite, une partie de ses contenus va être éliminée – soit parce que leur licence d'utilisation est arrivée à son terme, soit parce que leur utilité administrative est dépassée – une autre partie va être pérennisée.
- À long terme, la question se complexifie et nécessite des procédures maîtrisées par peu de bibliothécaires. Dans ce cas, il sera peut-être nécessaire de faire appel à un partenaire extérieur à la bibliothèque. En effet, le système d'archivage électronique est coûteux et peu de bibliothèques peuvent le gérer elles-mêmes. Ainsi, la mutualisation des efforts entre différentes institutions permet d'en diminuer les coûts.

Emmanuelle Bermes¹¹³ revient sur cette question en prenant comme exemple l'équipe de chercheurs de la bibliothèque de Cornell¹¹⁴ qui avaient proposé aux universitaires de déposer leurs

¹¹⁰ [22] CARBONE Pierre, CAVALIER François. P. 75

¹¹¹ COMMISSION EUROPEENNE. EN ligne, consulter le 27/11/2014. http://ec.europa.eu/research/science-society/document_library/pdf_06/recommendation-access-and-preservation-scientific-information_fr.pdf

¹¹² [20] BARRON Géraldine. LE GOFF-JANTON Pauline. P.153

¹¹³ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P. 209

¹¹⁴ Cornell University Research and Assessment Services Unit

anciens fichiers numériques et leurs supports obsolètes en promettant « une nouvelle vie à l'information numérique ancienne ». Ce projet a été mené pendant deux ans. L'équipe, pour conclure, affirme que même si les résultats sont plutôt concluants, nombre de fichiers ayant pu être restaurés, tous n'ont pu l'être. En effet différentes barrières n'ont pu être franchies :

- L'identification des données : il faut pouvoir identifier le document à l'aide de métadonnées pour mieux en identifier le contenu, en connaître leur nature.
- Le support : il faut posséder la plateforme adéquate à leur lecture si tant est que les fichiers soient en bon état de conservation.
- L'environnement logiciel : il comporte plusieurs composantes qui sont reliées entre elles : le format du fichier, son programme, qui a servi à le créer et le système d'exploitation sur lequel il tournait. Aujourd'hui, avec le Web et le développement du format XML, de nombreux formats existent indépendamment des plateformes logicielles qui en permettent la lecture. Cependant il existe des formats anciens dont la « manipulation (...) peut se révéler hasardeuse », le comportement du format étant différent en fonction de la version du programme utilisé. Le problème peut être le même sur le web, avec des pages HTML dont l'enrichissement par différents plugins nécessite l'utilisation de plugins de lecture (du type Flash, Adobe). Leur comportement sur des navigateurs plus anciens est compliqué car ce sont des plugins optimisés pour des lecteurs à jour au moment de création.
- L'intégrité et l'authenticité : « l'institution qui préserve des données numériques doit être capable de garantir d'une façon ou d'une autre qu'elles sont conformes à ce qui a été produit à l'origine. » Cette notion de conformité est primordiale et diffère en fonction des contextes : soit la mise en forme doit être respectée, pour certains documents administratifs en particulier, soit seul le contenu importe.

Pour éviter d'avoir à faire des procédures de sauvetage, le bibliothécaire doit s'organiser en amont et garder toute la documentation qui accompagne ces fichiers.

Différents outils existent pour anticiper ces problèmes ; ce peut être des outils normatifs comme le modèle OAIS¹¹⁵ qui définit les grandes fonctions d'un système d'archivage ouvert :

contrôle des données et métadonnées soumises au système, qualification et enrichissement des métadonnées, enregistrement des données sur une architecture de stockage, gestion des opérations sur les données à partir des métadonnées, recherche et communication des contenus demandés, planification de la pérennisation et administration du système avec une gestion fine du droit d'accès.¹¹⁶

Cette normalisation s'appuie sur une liste fermée de formats.

Les documents numériques font appel à une technologie et à des formats en constante évolution¹¹⁷ et leur conservation est donc très complexe. Cette situation est rendue encore plus compliquée lorsque les documents sont acquis sous licence et que seul un droit d'accès existe. En

¹¹⁵ OAIS : Open Archival Information System

¹¹⁶ [20] BARRON Géraldine, LE GOFF-JANTON Pauline. P. 163

¹¹⁷ [3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. P. 21

effet, du jour au lendemain, l'éditeur peut décider de ne plus permettre l'accès à ces documents soit parce qu'il cesse son activité, soit parce qu'ils ne sont plus rentable.

7.3.2.2. Le désherbage : une activité nécessaire

Le désherbage désigne [...] une opération intellectuelle qui, insérés dans une chaîne complexe de techniques et de savoir-faire, aboutit à des retraits ponctuels ou définitifs dans les collections et secteurs d'usage de la bibliothèque¹¹⁸.

Le désherbage fait entièrement partie de la politique de développement des collections, au même titre que l'acquisition et la conservation. Il répond aux missions que se donne le centre de documentation, mais aussi aux publics auxquels il s'adresse. Trois critères d'exclusion participent de l'élimination d'un ouvrage :

- Le contenu du document : la méthode américaine CREW¹¹⁹, traduite en français par IOUPI¹²⁰ a remporté un grand succès dans les centres de documentation et les bibliothèques en France.
- Le critère d'actualité du contenu
- Le critère de succès auprès des usagers : il faut en effet examiner le taux de rotation. Un titre ne devient plus pertinent sans avoir été l'objet de prêt.

Le désherbage se comprend d'autant mieux lorsqu'il s'agit d'imprimé – la question de l'espace étant incontournable – mais avec l'arrivée du numérique, cette question devient plus compliquée. Il s'agit de prendre la collection dans son entier, avec ses différents thèmes. La gestion d'une collection dépend des acquisitions mais aussi de l'organisation qui la sous-tend et la politique de désherbage, d'élimination en fait partie.

Cette activité de désherbage fait référence à la gestion du fonds documentaire de la bibliothèque ou du centre de documentation. En cela, elle se rapproche des activités du libraire, qui pour des raisons de gestion de stock, fait des « retours » chez l'éditeur. La différence notable est qu'il ne faut pas attendre plusieurs années, mais quelques semaines, voire quelques mois pour les plus chanceux – les classiques – pour qu'un livre soit retourné. La grande différence tient en la qualité de chaque profession : le libraire appartient à la sphère privée : il vend les livres, et le plus important sera pour lui le taux de rotation, alors que les bibliothécaires, appartenant à la sphère publique, pourront être plus enclins à réfléchir en termes de contenu.

C'est ce que nous voyons à la MOT où le contenu a été pris en compte prioritairement pour la constitution de son fonds. Un document jugé trop vieux ou abimé sera écarté mais si son contenu est jugé réellement important, la documentaliste l'intégrera malgré tout.

¹¹⁸ GAUDET Françoise, LIEBER Claudine. Désherber en bibliothèque. Editions du Cercle de la librairie

¹¹⁹ CREW : « Continuous Review Evaluation and Weeding »

¹²⁰ IOUPI acronyme de I pour Incorrect, O pour Ordinaire, U pour Usé, P pour Périmé, I pour Inadéquat

8. Usages et usagers d'un centre de documentation hybride

8.1. Usages et besoins

8.1.1. Le public

Le public se compose d'usagers. Ses besoins sont identifiés et la politique documentaire de la MOT dépend de ses demandes. La question qui nous intéresse est de savoir qui sont précisément les usagers. Plusieurs éléments peuvent aider à les définir :

- Ses habitudes : ce sont des éléments stables, résistants aux changements : « l'habitude s'applique donc particulièrement à l'individu et implique que la répétition d'une même action conduise à développer un comportement naturel, spontané¹²¹. » Les habitudes de lecture sont donc importantes, en particulier dans ce contexte.
- Ses pratiques : il s'agit d'un ensemble d'habitudes établies. Des pratiques peuvent découler de nouvelles manières de s'informer.
- Ses comportements : ce sont les réactions que l'on peut observer de façons objectives et à partir desquelles on peut déterminer son comportement face à une communication.
- Ses attitudes : ce sont des tendances, des jugements qui poussent à un comportement.

Sociologiquement, le public a évolué. Christian Lupovici souligne de nouveaux éléments qui le caractérisent : ce lecteur n'est pas concentré sur une activité mais passe d'une activité de travail à une activité de loisirs. Il apprécie donc de pouvoir faire ses recherches de façon « empirique et quelquefois ludique¹²² », il devient de plus en plus indépendant des services d'information, ce qui oblige le professionnel à se repositionner. La technologie, l'ordinateur permettent de nouvelles approches de l'information. Les activités ne sont plus cloisonnées et passer « d'une page à l'autre » devient une habitude. Le rapport du lecteur au bibliothécaire évolue de la même façon et il faudra un niveau de recherche avancée pour qu'il ait de nouveau besoin de lui.

Les besoins des usagers¹²³ sont diversifiés et les centres de documentation doivent se spécialiser en fonction de leur public. Le centre de documentation de la MOT n'aura pas le même public qu'un centre de documentation d'une entreprise privée, la BNF qu'une bibliothèque municipale, une librairie spécialisée que la FNAC, etc. Chaque structure doit connaître les attentes de son public pour y répondre de la façon la plus précise possible, d'autant plus avec l'arrivée d'internet. Le « bruit » ne fait plus peur à nos usagers, ils y développent une certaine sérendipité et naviguent de liens en liens

¹²¹ Ibid, p. 20

¹²² [18] PAPY fabrice. P. 295

¹²³ [19] RANJARD Sophie

pour autant qu'ils en aient le temps. C'est en cela que les usagers professionnels doivent recevoir une information plus filtrée : « [...] plus internet murira, plus les usagers se spécialiseront¹²⁴ . »

La logique d'usage est « [l'] analyse des usages concrets d'un service prenant en compte les besoins des usagers, les contraintes qui pèsent sur eux et les représentations qu'ils ont du service¹²⁵. » Le citoyen n'est donc plus une notion abstraite mais il est l'ensemble de ces usages. C'est cette logique d'usage qui oriente le comportement du citoyen, ce qui revient à remettre en question une utilisation intensive des statistiques d'accès car celle-ci ne donne qu'une vision parcellaire de qui est ce citoyen.

Les utilisateurs des centres de documentation sont « multiples et variés », leurs usages le sont également. Il est donc nécessaire de bien comprendre les usages et les comportements des utilisateurs avant de communiquer, ce que nous verrons dans la troisième partie.

8.1.2. Les usages du numérique

L'accès à l'information est de plus en plus lié à la connexion internet. Nous devons rendre compte ici de l'étendue des connexions internet en France mais aussi en Europe, sujet privilégié de la MOT.

La population est aujourd'hui équipée d'ordinateurs. La place prise par le document numérique vient aussi de l'accès « à domicile ». Selon l'Observatoire du numérique¹²⁶, en 2013, près de 8 ménages sur 10 sont connectés à internet depuis leurs domiciles dans l'Union Européenne, contre 70 % en 2010. En France, ce sont 82 % des ménages qui sont connectés en 2013, contre 74 % en 2010 et 62 % en 2008. Les pays d'Europe du Nord la devançant avec par exemple 95 % au Pays-Bas et 93 % en Suède et au Danemark.

La connexion mobile – téléphone portable, tablette – ne cesse elle aussi d'augmenter. L'information est désormais accessible de n'importe quel lieu. 43 % des européens peuvent se connecter à internet via une connexion mobile. La France se situe au huitième rang, avec 51 % derrière la Suède (71 %), le Danemark et le Royaume-Uni (66 %).

L'usage quotidien d'internet varie également en fonction des pays. En France, 66% des usagers disent utiliser Internet quotidiennement pour une moyenne de 66 % dans l'Union européenne. Dans ces pourcentages, ce sont les cadres, les étudiants et les diplômés de l'enseignement supérieur qui disent l'utiliser le plus fréquemment.

Les administrations – nombre d'adhérents de la MOT appartiennent à une administration – font également de grands efforts pour être connectées à Internet. On peut en effet noter que d'importants efforts budgétaires en matière d'équipements informatiques, d'infrastructures ou de réseaux ont été réalisés ces dernières années.

¹²⁴ [16] KESSLER Jack.

¹²⁵ [40] Vidal Jean-Marc. P. 174

¹²⁶ Site Web de l'Observatoire du numérique. [Consulté le 29 octobre 2014]. <http://www.observatoire-du-numerique.fr/usages-2/grand-public/equipement>

Cependant, même si la population est de plus en plus équipée on parle régulièrement de « fossé numérique », voire de « fracture numérique ». Dans un rapport rendu en 2009¹²⁷, les rapporteurs établissent qu'il existe trois fossés numériques. L'un est générationnel. En France, seuls 18 % des plus de 65 ans utilisaient internet en 2009. Celui-ci va cependant progressivement et naturellement disparaître. Un tel fossé est également social, car les personnes à faible revenus sont seulement un tiers à posséder un ordinateur contre 91 % pour les personnes ayant les revenus les plus élevés. Enfin, ce fossé est culturel, les personnes les moins diplômées ayant un accès moindre à un ordinateur et donc à internet. Mais, comme le note ce rapport, la question n'est pas tant de posséder, de connaître mais l'usage qui en est fait. Les populations les plus défavorisées n'ont pas le même usage de l'ordinateur que les populations les plus aisées.

La profusion d'information offerte par internet les satisfait, mais comme le note Sophie Ranjard « Ils expriment [néanmoins] des besoins croissants de sources fiables, de contenus enrichis, de filtres humains ou automatiques pour qualifier et sérier les informations et documents obtenus¹²⁸. »

8.1.3. Une politique d'accès

L'accès à l'information via Internet s'est donc considérablement développé ces dernières années. Le Web, par son ergonomie simple et intuitive, s'est imposé comme un modèle universel. Jeremy Rifkin n'écrivait-il pas que nous étions entrés dans l'âge de l'accès ? La propriété disparaît pour être remplacé par l'accès. Il faut donc penser la collection non en fonction de sa valeur intrinsèque mais dans son rapport au public.

Bertrand Calenge¹²⁹ définit les différents visages de l'accessibilité à partir de cinq critères :

- L'accessibilité ne peut pas faire l'objet de procédures normalisées : les publics définissent l'accessibilité. Les bibliothèques doivent connaître leurs publics pour pouvoir les satisfaire dans la mesure de leurs moyens.
- De même cette accessibilité se pense plus en fonction des usages que des groupes sociaux, un même usager pouvant avoir des besoins différents en fonction de ses activités – de travail, de divertissement.
- La bibliothèque ne s'entend plus uniquement comme lieu. Avec le développement d'internet, l'accès se fait aussi « hors-les-murs ».
- La question des contenus reste primordiale : il est nécessaire de bien comprendre qui est son public et quelles sont ses attentes.

¹²⁷ Le fossé numérique en France, Rapport du Gouvernement au Parlement établi en application de l'article 25 de la loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique. 2011. [En ligne]. [Consulté le 23 novembre 2014]. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/61403-le-fosse-numerique-en-france.pdf>

¹²⁸ [19] RANJARD Sophie. P. 5

¹²⁹ [21] CALENGE Bertrand. P. 180

- Les innovations technologiques ne doivent pas être toujours forcément copiées : « La pertinence du service passe avant la sophistication de l'outil¹³⁰. »

L'accessibilité des bibliothèques et des centres de documentation hybrides concerne autant l'accès à distance, par internet, que l'accès à l'espace bibliothèque.

Dans un article intitulé « tristesse du numérique », Yves Desrichard revient sur la question de l'accès en parlant de « dictature de l'accès¹³¹ ». Ce dernier va en effet bouleverser les bibliothèques, habituées à gérer des temps longs. Il se double d'une « dictature de l'abondance », qui va amener les bibliothèques à offrir nombre de périodiques ou d'ouvrages sans s'assurer de l'adéquation entre cette offre et son public. Connaître le public uniquement par des statistiques, conduit à son indifférenciation :

Le numérique s'affirme face au réel par le vertige de ses métriques qui semblent renvoyer au réel le miroir de son insignifiance. Le numérique se pousse sur ses ergots, gonfle ses plumes pour se donner une réalité que son immatérialité lui dénie. Il se gonfle de l'importance des chiffres pour tenter de mieux renvoyer le réel à son insignifiance, quand bien même ses millions de visiteurs n'achèteraient rien, quand bien même ses millions de citoyens ne voteraient pour rien, quand bien même ses millions de visiteurs ne comprendraient rien...¹³²

Cette citation, dont la portée dépasse le monde des bibliothèques, veut replacer le numérique à sa place d'immatérialité pour le confronter à la réalité, réalité de la présence de l'utilisateur, de sa confrontation à la collection matérielle.

8.2. La nécessaire médiation à l'heure de la « désintermédiation » ?

Comment imaginer un monde sans bibliothécaire, documentaliste, libraire ? Certains nous en prédisent l'advenue pour bientôt. Cependant, il semble que ce soit plutôt vers une évolution de ces métiers que nous allons, évolution qui pousse aussi à repenser la formation professionnelle.

8.2.1. La médiation dans les espaces physiques

Jusque dans les années 60-70, le bibliothécaire avait un rôle prescriptif, celui de guider le lecteur vers les « bons livres ». Ensuite dans les années 80-90, son rôle était de donner accès au livre, quel qu'il soit. Aujourd'hui avec internet, l'accès est privé, la relation entre le lecteur et le document est immédiate, c'est l'heure de la « désintermédiation ».

¹³⁰ [21] CALENGE Bernard. P. 182

¹³¹ [14] DESRICHARD Yves.

¹³² [15] GUILLAUD Hubert.

Anne-Marie Bertrand, dans un article¹³³ daté de mai 2013, pose la question : « A-t-on encore besoin de médiation ? » Le centre de l'activité du bibliothécaire n'est plus la collection – ce qui faisait de lui un prescripteur – mais l'utilisateur, devenu souverain. Il accompagne l'utilisateur dans ses recherches, il est un soutien.

La fonction du professionnel semble garder toute sa place dans les centres de documentation physique, car rien ne peut remplacer la communication *in visu*. Ainsi, en 2011, Jack Kessler écrivait :

Il est d'ailleurs inquiétant de constater que la communication seulement à distance est promue, voire même imposée, par tant d'applications numériques. C'est aller à contre-courant, car la communication *in visu* est l'un des principaux attraits des mégapoles en expansion continue dans lesquelles les services *in visu* ont de l'avenir.¹³⁴

Comme l'écrivait déjà Olivier Chourrot en 2007, le terme médiation a été employé par les bibliothécaires et les documentalistes pour légitimer leur métier :

Notion fédératrice parce que vague, la médiation n'est devenue objet de discours bibliothéconomiques que pour avoir acquis, depuis une vingtaine d'années, un statut de remède universel aux maux de la société postmoderne.¹³⁵

Au terme de médiateur, Olivier Chourrot préfère donc le terme d'accompagnateur.

Le rôle du libraire est lui différent, marqué par son objectif premier qui est de vendre. Cependant, le libraire fait aussi des choix, les hiérarchise. Lors de la rencontre avec les représentants des éditeurs, il choisit certains ouvrages, certes en fonction de ses lecteurs mais aussi en fonction de ses propres goûts. De nombreux libraires sont ainsi passés du rôle de vendeur à celui de critique, prescripteur. Certains font le choix de ne pas avoir tel ou tel ouvrage pour affirmer leur indépendance.

8.2.2. La médiation numérique

Comme nous venons de le voir, de plus en plus d'informations passent par Internet. Nous pouvons donc nous questionner sur la valeur de la transmission, de la médiation. A l'heure où tout semble être dématérialisé, nous pouvons légitimement demander quelle place est laissée au bibliothécaire dans un monde où l'ordinateur semble être le seul interlocuteur de l'utilisateur.

La recherche numérique amène à de nouvelles médiations. L'utilisateur est de plus en plus indépendant, il n'est plus en attente du professionnel, et ce, jusqu'à un niveau de recherche avancée. Il faut désormais mettre en place des médiations numériques. Celle-ci ne peut exister indépendamment des autres médiations, physiques. Elle est spécifique. Comme l'écrit Jérôme Pouchol :

La médiation documentaire numérique n'est pas qu'une action de communication, elle est surtout pour la bibliothèque un moyen supplémentaire et complémentaire de produire et de diffuser du

¹³³ Bertrand, Anne-Marie. Médiation, numérique, désintermédiation : Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 3, 2013 [consulté le 29 octobre 2014]. Disponible sur le Web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-03-0023-004>>. ISSN 1292-8399

¹³⁴ [16] KESSLER Jack.

¹³⁵ [12] CHOURROT Olivier.

contenu, de transférer un peu plus et au plus grand nombre, de ce capital intangible qui est celui de l'information et de la connaissance. Un moyen pour elle, en somme, de déployer l'arc de sa politique documentaire.¹³⁶

Pour cela, il faut penser les outils¹³⁷ qu'il s'agisse du portail, de blog, de la plate-forme de veille ou du réseau social. Ceux-ci permettent de développer les services de la bibliothèque comme il nous l'explique en prenant l'exemple de la MIOP (Médiathèque intercommunale ouest Provence) dont il est le directeur de la politique documentaire. Cette médiathèque a choisi – en lien avec les services informatiques – deux logiciels libres, l'un Typo3 pour la partie site web, et l'autre Koha pour la partie SIGB. Nous allons voir, à travers cet exemple, les différentes fonctionnalités qui peuvent être offertes à un administrateur en bibliothèque qui devient donc médiateur. Certaines de ses fonctionnalités sont intéressantes pour le bibliothécaire :

- Koha est un catalogue *full web*, ce qui permet l'intégration des données du catalogue dans le portail. De plus, chaque notice bibliographique est pourvue d'un lien URL pérenne.
- La fonction de publication : Koha offre ainsi à l'administrateur, qui devient de fait webmestre éditorial, la possibilité de publier des activités ou des événements concernant la bibliothèque.
- La veille : à l'aide de flux RSS, l'utilisateur de la MIOP est tenu informer en temps réel des nouveautés acquises par sa bibliothèque : « en somme, la technologie RSS est une forme (automatisée) de médiation numérique continue, permettant à la bibliothèque d'être présente en temps réel dans l'univers numérique de ses usagers. »

D'autres le sont plus pour les usagers :

- Koha permet également la création d'une bibliographie, elle est exportable et peut être utilisée par les lecteurs comme par les professionnels.
- L'étagère virtuelle : cette étagère permet au lecteur de visualiser les côtes voisines à celui du titre recherché et faire ainsi une démarche de « sérendipité ». Cette possibilité rapproche également le monde numérique du monde physique.
- Les commentaires : les usagers comme les professionnels peuvent poster des commentaires. Ils peuvent également être enrichis par des notices produits par les membres d'e-babelio, ce qui permet un véritable échange entre différentes communautés.
- Les suggestions d'achat : l'utilisateur peut faire des suggestions d'achat, prendre connaissance de la charte documentaire et aussi enfin être mis en relation avec un bibliothécaire.

La médiatisation existe parce que les documents proposés sont choisis, et hiérarchisés.

La médiation du documentaliste est nécessaire pour traduire une question, dans la mesure où les métadonnées ne sont pas toujours comprises par Google. Celui-ci valide alors les documents nécessaires au lecteur, comprend ses besoins. Cependant l'utilisateur face à un moteur de recherche

¹³⁶ <http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-meditation-numerique-documentaire/la-meditation-numerique-dans-le-cadre-d-une-politique>

¹³⁷ <http://mediationdoc.enssib.fr/lire-en-ligne/sommaire/i-le-perimetre-de-la-meditation-numerique-documentaire/la-meditation-numerique-dans-le-cadre-d-une-politi-1>

peut aussi, par itération, faire diminuer « le bruit » en créant seul sa propre sélection. Le « bruit » n'est alors plus l'ennemi mais il devient rassurant : « il est [...] une incitation à la navigation ou au questionnement sur la pertinence de la question elle-même¹³⁸. »

Cette médiation a besoin de reconnaissance et c'est un des objectifs affichés de l'association Arsenic¹³⁹, qui travaille à valoriser la médiation numérique en région PACA. Celle-ci ne concerne pas que le monde des bibliothèques et des centres de documentation mais s'adresse également à la société toute entière.

Ghislaine Chartron pense aussi le rôle du médiateur en bibliothèque en terme de compétences avec le numérique. Pour elle,

L'objectif structurant est simple : garantir efficacement aux usagers l'information dont ils ont besoin pour prendre des décisions et faire avancer au mieux leurs objectifs personnels et professionnels. Les compétences numériques sont renforcées mais toujours en équilibre avec les compétences liées aux sciences sociales pour la compréhension des interactions, des comportements et des besoins.¹⁴⁰

La question de la formation semble aujourd'hui cruciale. Dans un article paru en 2014, Renaud Aïoutz revient sur la compétence numérique des bibliothécaires, sujet auquel il convient d'être particulièrement attentif. Il cite une enquête paneuropéenne, rendue publique en mars 2013, diligentée par la fondation Bill et Melinda Gates, qui démontre que les bibliothécaires français présentent des résultats inférieurs de 7 à 8 points par rapport à leurs collègues européens « dans le cadre de l'utilisation des équipements ou des réseaux informatiques de la bibliothèque¹⁴¹. » Une formation spécifique doit donc être mise en place.

Cependant, le terme de médiation interroge. Comme l'écrit Bertrand Calenge, dans son billet de blog, intitulé « médiation : concept-clé ou mot valise », d'évidence professionnelle il tend à devenir « une injonction catégorique¹⁴². » Dans cet article, il revient sur la difficulté de trouver une juste « démarche » pour la médiation en particulier depuis l'arrivée de numérique. Celle-ci englobe de nombreux dispositifs et procédures, et il faut donc la limiter dans son rapport à l'utilisateur. Le bibliothécaire est alors au centre « d'un espace social dynamisé autour de la connaissance¹⁴³. »

¹³⁸ [18] PAPY Fabrice. P. 20

¹³⁹ Arsenic : Association Régionale de Soutien aux Espaces Numériques de l'Information et de la Communication

¹⁴⁰ [26] CHARTRON Ghislaine.

¹⁴¹ AÏOUTZ Renaud, p. 35

¹⁴² <http://bccn.wordpress.com/2012/01/03/la-meditation-concept-cle-ou-mot-valise/>

¹⁴³ CALENGE Bertrand. <https://bccn.wordpress.com/2012/04/01/des-bibliotheques-sans-bibliothecaires/>

Troisième partie – Valorisation du centre de documentation

9. Valoriser son fonds documentaire : le marketing documentaire

Un centre de documentation doit aujourd'hui prouver que son existence est nécessaire, que le service qu'il offre est « rentable » pour l'utilisateur comme pour l'organisme. Le terme « rentable » fait bien évidemment référence aux données économiques mais aussi aux données « temps », « facilité d'accès », etc. Pour ce faire, il existe différents types de démarche. Nous analyserons dans un premier temps la démarche marketing, qui nous semble la plus adaptée à la MOT pour ensuite voir quelles autres approches sont envisageables.

9.1. Une démarche stratégique

9.1.1. Le marketing documentaire : une aide à la décision

Le mot marketing, issu des domaines de la gestion, s'est développé dans les années 60, associé aux produits de grande consommation. Dans la définition qu'ils donnent du marketing Laurent et Pascale Hermel rappellent qu'il est en fait né avec les premiers échanges entre les hommes. Tout est mis en œuvre pour satisfaire le client. Ils donnent la définition suivante du marketing, empruntée à Philip Koetler, chef de file de l'école du marketing Management :

Le marketing est l'ensemble de l'état d'esprit, des structures et des moyens grâce auxquels l'entreprise, dans le respect de ses objectifs fondamentaux, subordonne la totalité de ses décisions et actions à la satisfaction du marché actuel et potentiel qu'elle s'est donnée pour cible. ¹⁴⁴

Ce n'est que plus tard que ce terme a également été employé pour désigner des méthodes, des démarches mises au point dans les organismes publics, en particulier dans les bibliothèques et les centres de documentation. Cette démarche nous a semblé particulièrement intéressante dans le cas du centre de documentation de la MOT car elle met au centre d'une part l'utilisateur, d'autre part les objectifs de l'organisme.

Le marketing documentaire est donc, selon Florence Muet, une « méthode d'aide à la décision stratégique pour identifier l'offre de service pertinente et porteuse face aux besoins et définir ainsi le cadre d'intervention du dispositif¹⁴⁵. »

Il existe deux tendances de marketing documentaire. La première, plutôt anglo-saxonne, considère l'utilisateur comme un « consommateur », et reprend les règles du *marketing-mix*, dont les composantes sont le produit, le prix, la place et la promotion (les quatre P), une autre, plutôt européenne, qui considère l'utilisateur comme un participant du dispositif. Cette dernière approche, relationnelle, s'oppose donc à l'approche transactionnelle et c'est cette approche relationnelle qui nous intéresse.

¹⁴⁴ [7] HERMEL Laurent, HERMEL Pascale. P.3

¹⁴⁵ [9] MUET Florence. P.34

L'essentiel du marketing documentaire réside donc dans la relation entre l'utilisateur et le professionnel, le documentaliste. Il s'agit de contact, de dialogue¹⁴⁶. La notion de public cible est fondamentale ; il faut faire une typologie des publics pour "pouvoir ensuite réfléchir à l'adaptation de sa gamme de services en fonction d'eux¹⁴⁷." : les profils d'activité, la nature des informations mobilisées, les pratiques documentaires des utilisateurs. Il faut comprendre quels sont leurs besoins, pour cela il faut les connaître et il faut donc en amont faire des entretiens, des enquêtes, pour identifier leurs besoins et leurs comportements.

La MOT bénéficie d'un fonds unique – ce qui lui évite toute concurrence – mais il lui est cependant nécessaire d'avoir une démarche marketing, donc de bien comprendre ses objectifs et sa progression. L'approche relationnelle est, pour Florence Muet, "le résultat que le système doit produire pour l'utilisateur, sur les conditions de sa 'coproduction' par cet utilisateur et sur la nature des relations du système avec son public¹⁴⁸." Il s'agit d'une "méthode d'aide à la décision stratégique".

De plus, il faut aussi tenir compte des contraintes de l'organisme : le centre de documentation de la MOT est en construction ; nous l'avons déjà mentionné, tant le réaménagement du centre de documentation physique que la mise en ligne de la base de données font de ce centre un nouvel espace de documentation sur le transfrontalier.

Les enjeux et les objectifs – la notion d'alignement stratégique proposée par Jean Michel : il faut examiner le positionnement de la MOT tant au niveau français (ministériel, DATAR, etc.) qu'europpéen, son but étant de se faire connaître et reconnaître comme spécialiste du transfrontalier. "On s'intéressera autant à identifier les besoins des utilisateurs potentiels qu'à repérer les orientations et les contraintes de son organisme¹⁴⁹".

En reprenant les deux parties proposées par Florence Muet et Jean-Michel Salaün dans leur livre¹⁵⁰, nous verrons dans un premier temps quel diagnostic peut être établi sur le centre de documentation, avec ses points forts et ses points faibles et à partir de là, nous essayerons d'envisager une stratégie pour la MOT.

9.1.2. Le diagnostic

Le diagnostic est la première étape, incontournable. Elle se décompose en trois étapes, l'analyse interne, l'analyse de la demande et l'analyse externe.

9.1.2.1. Analyse interne

Il s'agit ici de déterminer quels sont les points forts et les points faibles du service.

¹⁴⁶ Clément JOB

¹⁴⁷ [9] MUET Florence.

¹⁴⁸[9] Ibidem. P.35.

¹⁴⁹ [9] Ibidem. P 35

¹⁵⁰ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel.

✓ **Tout d'abord, il faut examiner les moyens dont il dispose.**

- Ses moyens physiques : comme nous l'avons déjà indiqué, la MOT a repensé récemment son centre de documentation physique pour en faire un lieu plus approprié : les documents sont visibles, rangés sur des étagères. La pièce est agréable avec trois bureaux et deux ordinateurs. Cette pièce est entièrement dévolue au centre de documentation, seul un stagiaire s'y installe parfois. Même si la question de l'espace utilisable reste d'actualité, pour l'instant les documents de la MOT ont tous pu être rangés dans cette pièce.
- Ses moyens informatiques : La présence hebdomadaire d'un informaticien dans les locaux permet de régler tous les problèmes qui pourraient affecter les ordinateurs. Le choix de JLB-NET comme prestataire a été fait avec sa participation. Il a dû installer un logiciel Windows avec un anti-virus et un accès pare-feu, puis un logiciel de serveur Web.

Le fonds documentaire correspond en grande partie aux travaux faits par les membres de l'équipe. La vocation patrimoniale de la MOT est donc clairement assumée. Pour chaque document, une question se pose : ce document a-t-il sa place dans ce centre de documentation ?

La MOT se constitue d'une petite équipe – parmi les neuf personnes, la chargée de mission communication s'occupe aussi du centre de documentation, avec l'aide de stagiaires. Il est impossible pour la MOT d'embaucher une personne affectée uniquement au centre de documentation. La situation semble difficile car le rôle de la communication est très important à la MOT et la chargée de mission manque de temps pour s'occuper comme elle le souhaiterait du centre de documentation.

Pour approfondir sa connaissance de la base de données, une formation découpée en deux séances de 3 heures lui est donnée par JLB.

✓ **Analyse de l'activité**

➤ L'offre de services

Il s'agit ici de « repérer et de caractériser la structure de l'offre proposée¹⁵¹. » Pour cela les théoriciens du management des services parlent 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. Chaque service de base constitue un mode d'accès pour le client. [...] Une offre est profonde si elle propose une grande variété de moyens pour satisfaire un besoin exprimé. [...] La profondeur exprime la richesse du choix offert par l'entreprise pour atteindre un résultat clairement identifié¹⁵².

Pour les services de documentation, il existe quatre services dits de base :

- La mise à disposition d'informations.
- La diffusion de ces informations.

¹⁵¹ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P.23

¹⁵² [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P. 23

- Les études et recherches documentaires.
- L'assistance.

Différents services se complètent à la MOT. Le service de documentation s'inscrit dans une offre plus large qui comprend la newsletter, la revue de presse, une veille faite sur les principaux sites pour l'équipe, des pages actualité et événements sur le site internet. Le centre de documentation s'inscrit dans la continuité de différents services proposés, les uns et les autres se complétant. Un grand nombre de services de base sont donc présents et on peut estimer que la largeur et la profondeur de l'offre sont bien équilibrées.

La recherche documentaire est peu ou pas développée sauf pour l'équipe. Cependant, cette recherche semble être faite le plus souvent par chaque membre de l'équipe en fonction de ces besoins.

Ensuite, toujours pour mieux comprendre l'offre de services, il faut examiner quelle est la part d'offre de proximité et d'offre à distance.

Internet et extranet sont aujourd'hui très présents dans les centres de documentation, ce qui est particulièrement vrai à la MOT.

Un accès limité au centre de documentation physique est offert aux différents membres ou universitaires, un accès à distance va bientôt leur être permis grâce à la base de données de JLB-NET. Ces informations seront accessibles via un extranet. Les personnes non membres pourront avoir accès aux informations, en passant par internet, mais n'auront pas accès au document en texte intégral. Avec internet, les frontières géographiques sont abolies. Ce qui est particulièrement crucial à la MOT car une grande majorité des adhérents n'est pas « parisienne » mais vit en région ou à l'étranger.

La mise en place de ce centre de documentation montre clairement que la MOT est dans une phase de développement de ses services.

➤ Le service aux utilisateurs : « face-avant »

Il faut ici analyser la participation de l'utilisateur, ce que les spécialistes du marketing nomment la « servuction¹⁵³ », c'est-à-dire le moment où l'utilisateur prend une part active dans la production du service, dans un centre de documentation il peut s'agir des services à la carte ou de l'accueil personnalisé.

A la MOT, le service de documentation ne sera pas en accès libre, situé dans les bureaux de l'association, il ne sera pas visible de l'extérieur. Il faudra en avoir fait la demande pour y avoir accès. L'objectif de ce centre de documentation n'est donc pas d'avoir une fréquentation maximale mais bien de rendre un service supplémentaire à des adhérents, membres qui connaissent la MOT, ont des liens avec elle et utilisent déjà d'autres services. La documentaliste ne souhaite pas que les livres

¹⁵³ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P. 29

soient en accès libre mais les usagers devront lui faire part de leurs besoins auxquels elle répondra. Une photocopieuse pourra être mise à leur disposition mais les documents ne pourront pas être empruntés – sauf par les membres de l'équipe.

➤ Les services internes : la « Base-arrière »

Il faut à présent analyser l'activité de la MOT, en dehors des offres de service proposées à l'utilisateur.

En ce qui concerne les services de proximité, quatre phases de la « base-arrière » doivent être relevées :

- L'acquisition, qui s'appuie sur la maîtrise des outils bibliographiques.
- Le traitement du support : le document doit être consolidé pour être manipulé.
- Le traitement du contenu : indexation, signalétique.
- Le stockage et la conservation des documents : les réserves.

La MOT a développé des thésaurus qui sont sur la base de données. Tous les documents sont indexés avec une grande précision afin de permettre au lecteur de les retrouver plus facilement. Certains documents, de littérature grise le plus souvent, des rapports ou des études, font l'objet d'une reliure afin d'être mieux protégés.

Pour les services à distance, la mesure se fera avec l'outil « statistiques » de JLB-NET.

✓ **La gestion**

L'analyse de la gestion se fait en deux volets :

- L'organisation qui consiste à vérifier les différents rouages mis en place.
- La politique qui s'intéresse à la culture de l'organisation et à l'orientation de la stratégie.

Le centre de documentation de la MOT est en construction. Comme nous l'avons déjà noté, il s'inscrit dans la continuité d'autres services, déjà en place. Une seule et même personne va avoir la charge de ces différents services.

On peut voir avec le tableau ci-dessous que les faiblesses de ce centre de documentation sont d'ampleur mineure. Sa principale faiblesse semble venir de la question du recrutement de personnel, mais ce problème semble aujourd'hui insoluble.

Tableau de synthèse de l'analyse interne

Pour plus de clarté, nous avons décidé d'adopter un code couleur :

Bleu : pour le centre de documentation physique

Vert : pour le centre de documentation numérique

Noir : pour les questions touchant aux deux aspects, donc au centre de documentation hybride

	Atouts	Faiblesses
Moyens		
Matériels	<p>Les documents sont visibles, dans une pièce bien déterminée. Les documents sont en bon état. Le plan de classement est clair et bien respecté. Les documents se trouvent donc facilement. Il a été décidé d'afficher le plan de classement. La pièce est assez grande pour accueillir les usagers Le mobilier est suffisant (bureaux ; ordinateurs) Présence d'un présentoir à l'entrée de la MOT. Base de données JLB-NET, documents en format PDF facilement accessibles.</p>	<p>Le centre de documentation risque d'être confronté à un problème de place pour le rangement de ses documents. Il semble difficile de l'agrandir sinon en installant des étagères dans les différents bureaux de l'équipe. Interface de la base de données uniquement en français La base de données ne propose que des documents en PDF.</p>
Humains	<p>Une formation est faite par JLB. Présence hebdomadaire d'un informaticien pour résoudre les problèmes informatiques. Il participe également du choix des logiciels.</p>	<p>La personne chargée de la gestion de centre de documentation est également en charge de la communication à la MOT. Sa charge de travail est très importante. Les stagiaires ne peuvent complètement compenser ce manque de temps. Cependant la MOT ne peut embaucher un documentaliste à temps plein.</p>
Financiers	<p>Les achats de documents sont suffisants, les documents étant de la littérature grise, le plus souvent. Quelques livres sont achetés chaque année, mais en nombre limités, vu la spécificité du sujet. Les documents sont en format PDF, libres de droit.</p>	<p>Offre limitée aux documents PDF pour raisons financières.</p>

	Atouts	Faiblesses
Activité		
Offre	<p>Le nombre de ressources est peu important, mais suffisant au vu de l'originalité du sujet. Des recherches très régulières sont menées (veille, recherche documentaire) pour développer l'offre.</p> <p>Possibilité, d'imprimer, de photocopier.</p> <p>Mise en place en début d'année 2015 de la base de données JLB, intégrée dans le portail de la MOT.</p> <p>Portail Web déjà opérationnel qui propose différents services (ressources juridiques ; cartes ; revue de presse).</p>	<p>La veille et la recherche ne peuvent être que des activités annexes à cause du manque de temps.</p> <p>Les usagers (autres qu'adhérents, équipe, universitaires) ne peuvent pas avoir accès au document intégral, cet accès est réservé. C'est un choix de l'équipe.</p>
Face-avant	<p>Rôle important du médiateur.</p> <p>Un accès internet et à la base de données se trouve sur chaque ordinateur mis à la disposition des usagers.</p> <p>La base de données sera accessible à distance.</p>	<p>Servuction limitée car les documents ne sont pas en accès libre et ne sont pas empruntables (sauf par l'équipe).</p>
Base-arrière	<p>La Base-arrière est particulièrement importante à la MOT en ce moment car le centre de documentation se construit.</p> <p>La mesure du trafic se fera via un module accessible sur le portail de JLB-NET.</p>	

	Atouts	Faiblesses
Gestion		
Organisation	Une personne est en charge du centre de documentation	Les tâches du centre de documentation sont exécutées en fonction du temps qu'il reste chaque jour, une fois menée des tâches plus prioritaires. Peu de services annexes sont proposés. Absence de tableau de bord.
Politique	Le principal objectif est la mise en service de la base de données en début d'année prochaine. Il s'agit de répondre à la demande et à la satisfaction des adhérents.	Des objectifs devront être déterminés après la mise en place effective de centre de documentation. Absence de mutualisation avec d'autres centres de ressources.

9.1.2.2. Analyse du public

Il faut dans cette étape examiner quels sont les besoins et les attentes des utilisateurs. C'est une démarche centrale dans l'approche marketing puisque l'offre doit s'adapter aux demandes des usagers.

La segmentation du public – qui est le regroupement du public en sous-groupes homogènes – du public se fait tout naturellement car ce centre de documentation s'adresse à trois types de public que sont l'équipe, les adhérents de la MOT et les universitaires (professeurs ou étudiants). Nous pouvons donc voir que certains sont en situation d'apprentissage, ce qui est le cas des étudiants – la MOT se rapproche alors d'une « bibliothèque universitaire » – alors que d'autres travaillent dans un organisme, la finalité étant l'organisation pour laquelle ils font des recherches. Ce dernier groupe forme la majorité des utilisateurs de ce service.

✓ Les critères d'analyse du public

L'enquête que nous allons mener ne doit pas être confondue avec une enquête de satisfaction, il ne s'agit pas de savoir quelle peut être l'opinion d'un usager sur tel ou tel service rendu mais bien de comprendre quels sont ses besoins, et ses fonctionnements par rapport à une information recherchée.

- Caractéristiques sociologiques – identité de l'utilisateur et nature de ses caractéristiques professionnelles.

Il s'agit d'une population assez homogène dont les centres d'intérêt sont proches les uns des autres, qu'il s'agisse du transfrontalier ou d'une question européenne. Hormis ceux qui sont issus de l'équipe, la liste des adhérents nous montrent une majorité d'utilisateurs issue de collectivités territoriales. Quelques-uns viennent d'entreprises, de fédérations ou d'agences d'urbanisme. Ces recherches ont lieu principalement dans le cadre de leur travail. Les étudiants, qui ont besoin de faire des recherches sont généralement assez autonomes, avec un niveau de formation assez élevé. Pour ces catégories, on peut imaginer une connaissance a priori du transfrontalier.

- Caractéristiques informationnelles.

Il s'agit de connaître les besoins en information mais aussi les circonstances de l'usage de cette information. Cette analyse demande de connaître le type d'information utilisée, c'est-à-dire le champ documentaire, les types de documents utilisés et la place de l'information d'actualité.

Ensuite, il faut s'intéresser aux conditions d'usage de cette information, le poids de l'information dans l'activité, sa périodicité. L'utilisateur a-t-il besoin d'une information validée ainsi qu'exhaustive ?

Le champ documentaire est restreint à la MOT. Même s'il s'agit d'une information juridique et économique, celle-ci est le plus souvent en lien avec le transfrontalier, ou si elle s'en éloigne, ce sont

des textes d'importance majeure, par exemple dans le contexte européen. Les types de documents sont variés, mais les rapports et les études dominent. Comme nous l'avons déjà dit, beaucoup de littérature grise se trouve dans ce fonds documentaire. Par la veille faite sur les principaux sites, on peut aussi trouver des textes récents, qui peuvent intéresser un usager nécessitant une information actualisée. Dans tous les cas, il s'agit d'une littérature validée.

- Caractéristiques comportementales.

Cette dimension est l'analyse des pratiques et des comportements de l'utilisateur : ces critères comportementaux reprennent les pratiques documentaires personnelles, la culture et les compétences informationnelles, avec en particulier le degré de connaissance des outils et les usages du service d'information. Le centre de documentation de la MOT est encore en construction, par conséquent cette caractéristique ne pourra être réellement analysée qu'après la réception du questionnaire. Cependant, étant donné le niveau de formation élevé du public, nous pouvons supposer une bonne connaissance des outils informatiques et un besoin d'information important.

Avec le développement d'internet, les compétences informationnelles des étudiants et de leur recherche documentaire interrogent et ils peuvent de plus en plus acquérir soit en cours soit en bibliothèque universitaire une formation spécifique.

Tableau de synthèse : les critères d'analyse

identité	
Équipe	Neuf personnes toutes intéressées par le centre de documentation : <ul style="list-style-type: none"> - possibilité d'accéder aux imprimés, documents non numérisés. - services : recherche, veille. - une bonne maîtrise de l'outil informatique. - la question de la rapidité d'accès est fondamentale (délai imparti pour faire une étude). - réactivité : accéder à une information actualisée et exhaustive. - multiplicité des tâches (études ; séminaires ; conférences ; réunion publiques ; etc.). - recherche dans le cadre de leur travail. - travail plutôt sédentaire mais avec de nombreux déplacements, en Europe, principalement.
Adhérents	Le plus souvent issues des collectivités territoriales, personnes éloignées géographiquement, plus intéressées par le centre de documentation numérique. <ul style="list-style-type: none"> - services : accès rapide à une information validée sur le transfrontalier - recherche dans le cadre de leur travail. - bonne maîtrise de l'outil informatique.
Universitaires, étudiants	<ul style="list-style-type: none"> - de formation supérieure, bonne maîtrise de l'outil informatique. - nécessité d'accéder à des informations validées sur le transfrontalier.

- Approche quantitative du public

Cette approche est complémentaire de l'analyse qualitative. La MOT se singularise par son choix qui est de ne pas laisser son centre de documentation en accès libre. Un identifiant et un mot de passe doivent être donnés pour accéder au texte intégral en PDF, cependant des recherches peuvent être faites par les internautes. Le public visé, n'est donc, dans un premier temps pas très nombreux. Néanmoins, ce public pourrait être considérablement élargi si la MOT décidait de ne plus restreindre cet accès ou si ce public décidait de devenir adhérent de la MOT.

✓ **La segmentation du public**

Il s'agit de bien comprendre la spécificité des besoins de chaque utilisateur. L'utilisateur « lambda » n'existe pas et conduit à la non-satisfaction de chaque utilisateur. Ainsi, comme l'expliquent Florence Muet et Jean-Michel Salaün :

Il ne s'agit plus de proposer exactement la même chose à chacun, mais d'adapter la réponse aux besoins différenciés de chacun, pour que, au final, le degré de satisfaction de tous soit au même niveau¹⁵⁴.

Pour cela, il faut définir d'une part, le nombre de segments : Il peut varier en fonction de la taille et de l'objectif de la bibliothèque ou du centre de documentation et d'autre part en fonction des méthodes de segmentation. Plusieurs méthodes sont possibles selon le critère défini en priorité : informationnel, comportemental ou sociologique.

Dans le cas de la MOT, la pertinence de ce critère peut se poser car le public est de fait assez homogène, en raison du sujet. Le public recherche des informations sur le transfrontalier ; il est donc déjà ciblé en amont. On peut cependant, à un deuxième niveau, faire une segmentation entre les étudiants – qui sont en situation d'apprentissage, et ont besoin de textes – et les professionnels – qui seront peut-être plus intéressés par l'actualité, en particulier européenne ou juridique.

¹⁵⁴ [8] MUET Florence, SALAUN Jean-Michel. P.55

Tableau de synthèse : les segments d'usagers

	Equipe	Adhérents/services de l'Etat	Etudiants/universitaires
Caractéristiques sociologiques	-Spécialistes du transfrontalier.	Fonctions publique (territoriale ; d'Etat). Grandes entreprises.	Chercheurs (droit ; économie ; géographie ; autre ?)
Caractéristiques informationnelles	Poids de l'information incontournable dans cette activité. Rapidité et validité de l'information.	Poids de l'information incontournable dans cette activité. Rapidité et validité de l'information.	Poids de l'information incontournable dans cette activité. Validité de l'information.
Caractéristiques comportementales	Recherche faite actuellement principalement sur différents sites internet. Faible activité du centre de documentation physique. Ils sont autonomes dans leur recherche.		Plus la recherche devient sophistiquée, plus les centres de documentation et les bibliothèques deviennent importants.
Analyse quantitative	9 personnes.	Environ 70 adhérents.	Actuellement 1 ou 2 par an, mais devrait se multiplier avec la mise en place de la base de données.

✓ **Les méthodes d'analyse du public**

Il s'agit d'identifier les comportements et les attitudes du public, ce qui ne peut se faire qu'à l'aide d'un questionnaire. Il s'agit d'interroger le public sur les modes d'information qu'il privilégie. De là, le centre de documentation pourra mettre en place des services qui pourront répondre à leurs besoins.

Avant de faire l'enquête, trois phases sont à respecter :

- Définir les objectifs de l'enquête.

Dans le cadre de la MOT, l'objectif de notre questionnaire est de connaître les attentes et les besoins du public.

- Faire une pré-enquête, qui est une phase exploratoire, c'est-à-dire définir des hypothèses qui seront ou non confirmées par l'enquête.

Pour l'instant, le centre de documentation physique de la MOT est peu visité – même par les membres de l'équipe. L'objectif était donc de le rendre plus attractif.

Nous supposons que la mise en place de la base de données correspond plus aux attentes des adhérents car il s'agit d'un public distant.

La principale attente qui se fait jour est, selon nous, l'accès à une information rapide et à des documents en texte intégral.

- Choisir une méthodologie pour l'enquête ; en effet différentes méthodes existent, certaines pouvant être combinées avec d'autres.

Le choix d'un questionnaire court¹⁵⁵ s'impose afin que le public concerné ait le temps de répondre. Il s'adresse aux trois types de public dont nous avons déjà parlé.

- Les membres de l'équipe de la MOT.
- Les adhérents de la MOT, les services de l'État.
- Des universitaires, chercheurs et étudiants intéressés par les questions transfrontalières.

Le choix a été fait d'ouvrir certaines questions afin de laisser les utilisateurs s'exprimer.

Ce tableau ne pourra être rempli définitivement qu'après réception du questionnaire, cependant nous pouvons en faire une première version.

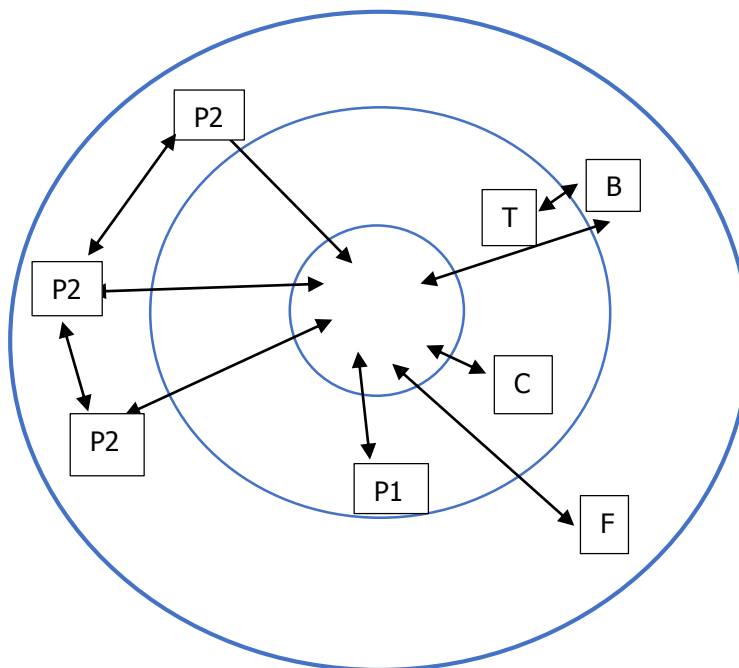
¹⁵⁵ Annexe 5

Tableau de synthèse : l'analyse du public

	Opportunités	Menaces
Ensemble du public		
hétérogénéité	Public assez homogène.	
Equilibre entre les segments	Ce centre de documentation s'adresse en priorité au segment interne.	Accès difficile au centre de documentation physique pour le segment externe.
Segments actuellement servis	Le centre de documentation physique n'est accessible qu'à l'équipe, aux adhérents aux universitaires. sur demande accès possible à certaines ressources informationnelles par l'accès membres sur le portail Web (ressources juridiques ; revues de presse ; cartes).	
Segment interne		
Adhérents	-Mise en place de la base de données : accès à de nouveaux documents. -Accès à de nombreuses ressources (juridiques ; revues de presse ; cartes).	-Accès difficile aux imprimés. (éloignement géographique ; demande d'accès à la MOT). -Pas de prêt.
Etudiants-universitaires	-Mise en place de la base de données : accès à de nouveaux documents.	-Nécessité pour les étudiants de demander un code d'accès. -Nécessité de bien communiquer autour de ce nouveau centre de documentation pour le faire connaître. -Accès difficile aux imprimés. -Pas de prêt.
Equipe	-Recherche facilitée grâce à la base de données. -Accès aux imprimés. -Possibilité de prêt.	
Segment externe		
Grand public	-Accès à la fonction recherche ainsi qu'aux notices de la base de données.	-Accès très limité : absence d'accès au centre de document physique ; accès limité aux notices figurant sur la base de données.

9.1.2.3. Analyse externe

A présent il faut analyser l'environnement du service, les opportunités et les menaces qui pèsent sur lui. Le schéma ci-dessous est emprunté au livre de Florence Muet et de Jean-michel Salaün¹⁵⁶, il permet de visualiser les différents acteurs, leurs places ainsi que leurs relations. Les cercles permettent de délimiter les frontières entre les différents environnements. Le cercle central représente le service d'information-documentation, le cercle suivant représente les personnes ou les services présents au sein de la structure – la direction de l'association, l'équipe, le service communication – et le cercle externe les personnes et les services externes à l'association – par exemple les bailleurs de fonds.



Le rond intérieur représente le service d'information.

Entre lui et le second cercle sont regroupés les acteurs de l'organisme de rattachement :

- T représente la tutelle à laquelle il est rattaché.

T représente ici la direction de l'association de la MOT.

- P1 représente un partenaire interne, par exemple un service d'édition.

Ce sont les fournisseurs du centre de documentation. Ce fonds documentaire est parfois le résultat de recherches ou de veille documentaire mais l'équipe elle-même apporte de nombreux documents.

- C représente un service internet, par exemple un service de communication.

¹⁵⁶ [8] MUET Florence, SALAUN Jean-Michel. P.72

C représente le service communication de la MOT, avec lequel il est en étroite relation. Chacun ayant à démontrer leur valeur ajoutée pour l'organisation. Il s'agit de services distincts, bien que gérés par une seule et même personne.

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

- B est un bailleur de fond, également en relation avec la tutelle.

Ce sont avant tout les financeurs institutionnels, c'est-à-dire le CGET, la Caisse des dépôts et consignations, le ministère de l'intérieur et le Ministère des affaires étrangères.

Les trois P2 sont des partenaires externes, par exemple des services d'information organisés en réseau

Il peut s'agir de différents centres de documentation.

- F est un fournisseur externe.

Les flèches symbolisent les relations entre les différents acteurs.

✓ **Les tutelles, hiérarchies et bailleurs de fonds**

Il faut déterminer les différents acteurs dont dépend le centre de documentation sur un plan hiérarchique et ceux qui seraient susceptibles de financer son activité.

Comme nous l'avons déjà indiqué, nous retrouvons d'une part les financeurs institutionnels et d'autre part les adhérents qui financent par leur cotisation. Les principaux usagers sont donc également des financeurs.

La hiérarchie directe du centre de documentation est représentée par le directeur de l'association et par son secrétaire général. Ces deux personnes apportent un grand soutien au centre de documentation. Ils ont joué un rôle moteur dans le projet de centre de documentation hybride. Ils en sont également des usagers. Le budget du centre de documentation est plus élevé cette année que les précédentes – mise en place de la base de données par JLB-NET, achat de matériel pour le centre de documentation physique – mais en général les achats de livres ne sont pas très importants, le budget moyen pour l'achat de livre étant environ de 1000 € par an.

En raison de la taille de l'entreprise et de son mode d'organisation – organisation régulière de réunions d'équipe – les relations sont importantes entre la personne responsable de ce centre de documentation et sa hiérarchie. Du fait qu'elle soit également en charge de la communication, sa présence est d'autant plus indispensable à nombre de réunions dans l'organisme.

Cependant, ce centre de documentation est présenté comme « un service supplémentaire » pour les adhérents. Comme dans nombre de petites organisations, il n'est pas prioritaire en termes de financement.

✓ **Les fournisseurs, partenaires et concurrents**

La notion de concurrence est comme le constate Florence Muet et Jean-michel Salaün « relative et ambiguë. Elle n'a pas les mêmes sens dans une économie fondée sur le partage que dans une économie commerciale ordinaire¹⁵⁷ ». Il s'agira donc davantage de nous pencher ici plus précisément sur le réseau qui entoure ce centre de documentation et examiner quelle est sa plus-value.

Peut-on parler d'un réseau ? Quelle est sa place ?

Le fonds documentaire de la MOT, très spécifique, se rapproche, comme nous l'avons déjà indiqué, de celui du CGET ou de fonds européen.

On accède au site internet du centre de documentation du CGET se trouve par l'intermédiaire du site internet de la DATAR¹⁵⁸. Son objectif est d'offrir un large éventail de documents sur l'aménagement du territoire en France et en Europe à toutes personnes intéressées par ces questions. Cependant, ce centre de documentation n'est pas en ligne pour l'instant.

Nous pouvons aussi parler d'un réseau d'universités, le dictionnaire du transfrontalier en est une des démonstrations, ou du réseau constitué par les adhérents, les membres. Les universitaires et les adhérents vont prochainement bénéficier de cet accès à la base de données.

Le centre de ressources européen, appelé « sources d'Europe », qui se trouvait sous l'Arche de la Défense a disparu en 2004 et a été remplacé par le centre d'information Europe direct – il en existe 52 en France. Ce n'est donc plus un centre de documentation. Son fonds documentaire se trouve à présent à la Documentation française, qui a pour but de le valoriser. Les centres Europe direct sont hébergés par des « structures actives dans le domaine grand public¹⁵⁹ ». L'orientation en est plus pédagogique, plus informationnel qu'à la MOT où l'objectif est vraiment l'accès aux documents.

Il en est de même pour un autre centre de ressources sur l'Europe qu'est la Maison de l'Europe, installé dans le quatrième arrondissement de Paris. Il s'agit davantage d'un pôle d'information que d'un centre de documentation. Il a pour objectif de répondre aux questions et d'informer¹⁶⁰.

Certains centres de ressources s'intéressent au transfrontalier en Europe. On pense au CDRE (Centre de documentation et de recherches européennes) situé à Bayonne mais dont l'objectif est plus universitaire ou encore au CIIE (Centre d'information sur les institutions européennes), installé à Strasbourg, très grand public, qui disposent de fiches, de brochures mais qui n'est pas en ligne.

Il existe finalement un grand nombre de centre de ressources proches de celui de la MOT dans l'esprit et dans le fonctionnement mais aucun ne le rejoint sur sa spécificité transfrontalière.

¹⁵⁷ [8] MUET Florence, SALAUN Jean-Michel. P.77

¹⁵⁸ Portail internet de la Datar. Centre de documentation. [En ligne]. [Consulté le 18 octobre 2014]. <http://www.datar.gouv.fr/le-centre-de-documentation-de-la-datar-0>

¹⁵⁹ Portail internet Centre d'information Europe direct. [En ligne]. [Consulté le 18 octobre 2014]. [http://ec.europa.eu/france/activite/information/centres_information_europe_direct/index_fr.htm]

¹⁶⁰ Portail internet Maison de l'Europe de Paris. [En ligne]. [Consulté le 18 octobre 2014]. <http://www.paris-europe.eu/>

✓ **La conjoncture**

Il faut, à présent, déterminer les contours du contexte général dans lequel se situe ce centre de documentation et en appréhender l'influence sur son évolution, il sera donc nécessaire d'examiner quelles sont les opportunités et les menaces qui pèsent sur lui.

Le service de documentation de la MOT dépend directement des subventions qui lui sont allouées. Etant donné la conjoncture nationale, la crainte de les voir diminuer est réelle. Cependant, la notoriété grandissante de cette association permet de penser que ces financements ne vont pas diminuer. De plus, sa participation à des études et à des groupes de travail lui offre d'autres sources de financement.

Le développement de ce centre de documentation passe essentiellement par la mise en ligne, sur le portail internet, de la base de données JLB-NET. En effet, même si la MOT reste très attachée au centre de documentation physique, l'essentiel de ces échanges se fera via cette base de données.

Tableau de synthèse de l'analyse externe

Centre documentation MOT	Opportunités	Menaces
Tutelles		
Hiérarchie	Intérêt de la hiérarchie pour le centre de documentation.	
Bailleurs de fonds	Les financements sont présents.	
Partenaires		Manque de proximité avec d'autres centres de ressources.
Réseau		
	Spécificité de ce centre de documentation.	une relation de complémentarité peut être développée, en particulier en ce qui concerne l'accès aux ressources électroniques.
Conjoncture		
	Technologie numérique. Mise en ligne récente d'un nouveau portail Web, dans lequel va s'inscrire ce centre de ressources. Service supplémentaire offert aux adhérents. Mise en place de la base de données (JLB) pour un meilleur service : choix d'un centre de documentation hybride	Difficultés économiques susceptibles de l'atteindre à court ou moyen terme. Nécessité de démontrer son rôle.

A partir de ces trois analyses, il faut à présent synthétiser leurs résultats, en fonction de leur valeur, de leur importance pour faire un diagnostic afin d'orienter les décisions.

9.1.2.4. Le diagnostic

L'objectif est donc à présent de réaliser un diagnostic à partir des analyses précédemment menées.

✓ Les trois analyses et la mission

Il faut hiérarchiser les éléments à l'intérieur de chaque rubrique (analyse interne ; analyse du public ; analyse externe) en fonction des choix qui seront faits à la MOT et surtout en fonction de la mission du centre de documentation qui doit comprendre nécessairement les trois éléments suivants :

- Les ressources indispensables à maîtriser.
- La forme d'accès et de traitement de l'information.
- La population à toucher prioritairement.

✓ De l'analyse au diagnostic

Dans chaque centre de documentation ou bibliothèque les opportunités mais aussi les menaces sont singulières. Il convient donc de les prioriser dans le cas de la MOT. A partir de chaque analyse, nous allons tenter de distinguer ce qui est prioritaire, secondaire ou accessoire pour la MOT, et de hiérarchiser les différents éléments.

Diagnostic interne

Centre documentation MOT	Atouts	Faiblesses
Principaux Moyens matériels	Mise en place de la base de données de JLB-NET portail 2.0.	
Moyens humains		Importante charge de travail pour la responsable, manque de temps consacré au centre de documentation et à son alimentation. Peu de services annexes.
Moyens financiers	Budget suffisant.	Risque de voir les financements diminuer dans les années à venir.
Accès	Gratuité des documents mis en ligne (PDF).	Interface de la base de données uniquement en français.
Objectifs attendus	Satisfaction des adhérents.	
Secondaires Activité	Téléchargement ; impression	

Moyens matériels	Fonds documentaire physique suffisant et classement cohérent.	
Moyens humains	Formation faite par JLB-NET sur la base de données. Présence hebdomadaire pour résoudre les différents problèmes informatiques.	
Accessoires	Clarté du plan de classement.	Problème de place du centre de documentation physique Absence de prêt (sauf pour l'équipe) des documents imprimés.

Nous avons volontairement classés comme prioritaire ce qui concerne le centre de documentation numérique. Le centre de documentation physique par sa faible accessibilité prend une place moindre, mais il reste néanmoins important surtout en termes d'image et de conservation de documents non numérisés.

Après le diagnostic interne, nous devons prioriser les éléments concernant le public.

Diagnostic du public

Centre documentation MOT	Opportunités	Menaces
Principaux	Public du segment interne assez homogène. Mise en place de la base de données pour le segment interne. L'accès à de nombreuses ressources leur est déjà réservée.	
Secondaires		Nécessité pour les étudiants de demander un code d'accès.
Accessoires	Prêt réservé à une partie du segment interne (l'équipe).	Accès du centre difficile pour le segment externe. Accès limité à la base de données pour le segment externe. Pas de prêt.

A présent, nous devons refaire la même opération pour le diagnostic externe.

Diagnostic externe

Centre documentation MOT	Opportunités	Menaces
Principaux	Intérêt de la hiérarchie pour le centre de documentation. Financement à court terme (bailleurs de fond). Spécificité du fonds (réseau).	Manque de proximité avec d'autres centres de ressources (réseau).
Secondaires	Portail web récent.	
Accessoires		Difficultés de financement à moyen terme (conjoncture).

De là, deux questions peuvent être posées :

- Comment expliquer la situation de la bibliothèque ou du centre de documentation ?
- Quelle est son évolution possible ?

Répondre à la première question pour le centre de documentation de la MOT sera difficile car ce centre est en construction. Par contre, à partir de ces tableaux, on peut entrepercevoir quelles pourraient être ses différentes possibilités d'évolution, ce en fonction des priorités fixées par la hiérarchie.

9.1.3. Mise en place d'une stratégie

Dans la démarche du marketing documentaire, après avoir posé le diagnostic, il faut faire des choix. Trois étapes constituent cette phase :

- Le choix du ciblage (du segment du public) : l'étape du ciblage consiste à choisir les segments du public sur lesquels l'accent sera mis, le public visé étant défini grâce à une stratégie adaptée.
- La définition de l'offre de services : « Cette offre n'est pas seulement constituée d'éléments objectifs, comme les ressources disponibles ou les modes d'accès à ces ressources¹⁶¹. » Mais elle comprend aussi la communication ou le contrat passé avec les usagers.
- La construction du positionnement : il s'agit de l'identité de l'organisme qui est précisée à travers ses relations. Elle s'exprime de façon objective par les services que rend le centre de documentation et de façon subjective par l'image que les partenaires ont de ce centre de documentation.

¹⁶¹ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P.99

9.1.3.1. Les objectifs et la mission du centre de documentation de la MOT

✓ Ses missions

La mission première du centre de documentation de la MOT qui est donc d'offrir un service supplémentaire aux adhérents n'a pas été remise en question par le diagnostic. Les trois analyses, analyse interne, analyse du public et analyse externe ont bien mis en évidence cette potentialité. Les adhérents auront accès à la base de données et pourront venir chercher des documents, faire des recherches, à partir du portail Web. Mais ce centre de documentation est hybride et cette hybridation correspond bien à une deuxième mission qui est de conserver la mémoire de la MOT. Par ces deux aspects (numérique et physique) elle va pouvoir asseoir son image et gagner en visibilité.

L'un des objectifs semble plus difficile à atteindre dans cette configuration ; il s'agit de la mise en réseau. Le centre de documentation va bien évidemment permettre de la développer mais aucun échange n'est prévu entre les différentes institutions.

✓ Les trois étapes de la construction stratégique

Les trois étapes (ciblage ; offre de service ; positionnement) ne sont pas indépendantes les unes des autres mais supposent des allers-retours.

Nous commencerons par analyser le ciblage du public car cela nous semble être une priorité pour le centre de documentation, qui doit savoir à qui il s'adresse ; nous analyserons ensuite les implications en termes d'offre de service puis de positionnement.

Il faudra déterminer des objectifs qui sont de trois ordres :

- Des objectifs quantitatifs : ils visent l'usage du service. Dans le cas de la MOT, ce n'est pas le nombre de transactions qui est le plus important, car le public est très ciblé.
- Des objectifs qualitatifs : Il faut donc d'une part mesurer la satisfaction de l'utilisateur, et d'autre part cerner au plus près son identité.
- Des objectifs intellectuels : la valeur ajoutée de ce centre de documentation.

De ces analyses débouchera une mise en œuvre qui permettra d'atteindre les objectifs fixés. Cette mise en œuvre nécessitera parfois des moyens supplémentaires ou une autre allocation des ressources.

9.1.3.2. Le ciblage

La MOT se caractérise par son choix, pour l'instant, de ne s'adresser qu'à un public limité. Il nous faut voir quels sont les segments concernés et à partir de là quelle offre de service, puis quel positionnement peuvent en découler.

✓ Le ciblage du public

« Il s'agit de déterminer les segments que [...] le centre de documentation va servir et comment¹⁶². »

Cela repose donc sur les caractéristiques sociologiques, informationnelles et comportementales que nous avons vues précédemment. La MOT fait le choix pour l'instant d'ouvrir son centre de documentation à un public de professionnel – nous rangeons dans cette catégorie les étudiants – le grand public ayant accès aux notices mais non aux documents.

Comme nous le rappelle Florence Muet et Jean-Michel Salaün, il existe trois stratégies de marketing développé en fonction des publics :

- Marketing généraliste : l'ensemble du public est ciblé. L'objectif est d'avoir le plus grand nombre d'utilisateurs.
- Marketing concentré : un segment est ciblé, l'offre de service est spécifique et l'accès est confidentiel. Les services rendus restent identiques – accès au document primaire – mais à des conditions spécifiques.
- Marketing adapté : l'offre doit être adaptée en fonction des caractéristiques du profil des utilisateurs. Les mises à disposition et les accès sont modulés en fonction du public sur une même offre. C'est le cas de la MOT qui n'offre pas les mêmes droits à ses différents segments – équipe, adhérents, universitaires.
- Cette stratégie conduit au marketing différencié puisque pour chaque segment doit être développé des offres spécifiques. Un ordre de priorité doit être défini, et un public privilégié.

✓ **Les objectifs quantitatifs de développement**

Les utilisateurs actuels du centre de documentation physique sont très peu nombreux – quelques étudiants, l'équipe de façon très ponctuelle. La mise en ligne de la base de données va permettre au centre de se développer et de là, la MOT pourra mettre en place différents choix en fonction de ses priorités : voudra-elle continuer à servir le même volume de public ? Les mêmes segments ? Souhaitera-t-elle toucher un public plus vaste ? Plus restreint ? La MOT, avec JLB-NET Portail 2.0 a déjà fait le choix de permettre l'accès d'un nombre important de documents à un faible nombre d'utilisateurs sur son extranet, usagers dont la principale caractéristique est l'éloignement géographique de Paris.

Un tel dispositif repose sur l'accès libre laissé au grand public mais aussi sur une communication forte à destination du public d'étudiants, ainsi que sur une utilisation plus accrue du réseau. Cela peut aussi être le résultat d'un développement de services, comme par exemple un service de question-réponse personnalisées, qu'il semble difficile de mettre en place aujourd'hui en raison du manque de temps de la documentaliste. Cette évolution devra être pensée en fonction de la mission du centre de documentation et de ses priorités.

¹⁶² [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P.111

9.1.3.3. L'offre de service

✓ Largeur et profondeur de l'offre

Il s'agira soit de répondre à plusieurs besoins (offre large) soit de tendre à satisfaire un besoin de manière diversifiée (offre en profondeur). Le service offert par la MOT est essentiel puisqu'il donne accès au document primaire. Les modalités de fourniture de cette offre devront être définies, en particulier concernant l'accessibilité dont on a vu qu'elle comportait des différences en fonction des segments, que ce soit pour le centre de documentation physique, où un accès libre est possible uniquement pour l'équipe, soit pour le centre de documentation numérique où l'accès à la base de données est conditionnée au segment auquel appartient l'utilisateur.

Nous pouvons noter une fonction facilitatrice du centre de documentation numérique. La base de données de JLB-NET propose en effet deux modes de recherche, l'un qui est un mode de recherche avancée, l'autre simple, inspiré par Google. L'utilisateur pourra donc aisément se repérer avec des modes de recherche qui lui sont déjà connus. Une autre fonction facilitatrice est l'accès par le portail Web de la MOT qui, en plus de l'accès à la base de données, offre l'accès à différentes ressources (juridiques ; cartes ; etc.).

Les autres services annexes, comme la formation de l'utilisateur, l'animation ou l'aide à la recherche par exemple, ne peuvent être envisagés pour l'instant à cause du manque de temps de la documentaliste.

✓ La relation

Il nous faut revenir ici sur l'interaction entre l'utilisateur « et les différents éléments constitutifs du service d'information, en particulier moyens matériels et personnel¹⁶³. »

Les relations entre l'utilisateur et la documentaliste sont limitées. La base de données est en accès libre pour les deux principaux segments – que sont l'équipe et les adhérents, les étudiants devant faire une demande de code avant d'y accéder. Dans le cadre du centre de documentation physique, la documentaliste limite son rôle au prêt de documents, l'utilisateur ne pouvant les emprunter seul. Il n'y a pas d'assistance personnalisée prévue. Cette situation peut bien sûr évoluer en fonction de la demande et du temps dont dispose la documentaliste. Rien ne semble être figé et une demande particulière pourra être étudiée, car les adhérents sont aussi des financeurs de la MOT. Ce ne sont pas que des relations avec un groupe d'utilisateurs mais avec des personnes – au sens d'individus – souvent connues de l'équipe. Le centre de documentation est bien présenté comme un service parmi d'autres.

✓ Le contrat

La troisième dimension de l'offre concerne le contrat, qu'il soit implicite ou explicite. Le cas de la MOT est un peu particulier car les adhérents paient pour avoir accès au centre de

¹⁶³ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P.135

documentation numérique mais aussi à l'espace « membres » du portail ainsi qu'à d'autres services. C'est en leur qualité de « membres » qu'ils obtiennent l'identifiant et le mot de passe qui leur permettent ces accès.

9.1.3.4. Le positionnement

Deux stratégies doivent être mises en place, l'une pour asseoir une identité en fonction des services rendus, l'autre pour construire une image. Nous allons tenter de définir un positionnement possible pour le centre de documentation de la MOT ; sa dimension communicationnelle sera analysée par la suite, dans la partie 12. Communiquer à la MOT.

Il existe une typologie des positionnements qui peut être décrite en trois catégories :

- Fonction : le rôle du centre de documentation doit être appréhendé à travers l'activité de l'organisme auquel il appartient. Les fonctions sont au nombre de quatre : la facilitation, la pédagogie, la coproduction et la sous-traitance. La MOT, en développant les activités d'un centre de documentation traditionnelle – mise à disposition des documents – a une fonction dominante de facilitation. Celle-ci peut bien évidemment évoluer, en fonction des priorités qui seront dévolues à cet établissement par ses tutelles.
- Economie : il est ici nécessaire de déterminer « la valeur du service proposé pour l'organisme et l'utilisation par l'organisme de l'information¹⁶⁴. » Le service de documentation de la MOT s'adresse à différents types d'utilisateurs dont certains sont des producteurs d'informations – l'équipe par les études qu'elle réalise – d'autres des consommateurs. Nous sommes donc entre l'économie d'option – fonction de conservation – et l'économie d'échelle – il est moins coûteux de développer un centre de documentation que de multiplier les usages individuels épisodiques. La fonction de conservation nous semble malgré tout prioritaire.
- Différenciation : l'identité de ce service d'information par rapport à des offres concurrentes. La MOT est leader dans le domaine du transfrontalier ; son centre de documentation sera donc très spécifique. Par contre, elle pourra à l'avenir développer un réseau de partenaires si les tutelles – et bailleurs de fonds – le souhaitent.

9.1.3.5. Proposition de scénarios

À partir des différents aspects évoqués précédemment, différents scénarios peuvent être élaborés en concertation avec la tutelle. Un scénario devra être choisi en fonction des financements et il sera temps d'élaborer une planification. Cette démarche avait déjà été entreprise, même si elle avait été moins formalisée, et avait abouti à la rédaction d'un cahier des charges puis à la mise en ligne de la base de données JLB-NET Portail 2.0. le projet d'un centre de documentation hybride a été le résultat de réflexions menées sur les questions de mémoire et de service.

¹⁶⁴ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P.161

Dans le cas de la MOT, plusieurs scénarios d'évolution nous semblent être intéressants :

Scénario 1 : Faire une version anglaise de la base de données

Ce scénario est déjà évoqué dans le cahier des charges remis à JLB-NET. Il nécessiterait une augmentation de budget mais permettrait une meilleure visibilité du centre de documentation à l'international. Nombre de documents numériques sont en anglais, et il serait également important que la base de recherche le soit. Nous pensons ici, par exemple, au public étudiant ou universitaire étranger qui pourrait trouver de nombreux documents intéressants pour ses recherches.

Scénario 2 : Développer des services annexes

Ce scénario, compliqué à mettre en œuvre en raison du manque de disponibilité de la chargée de mission, présenterait l'avantage d'offrir des services supplémentaires aux adhérents, comme une recherche documentaire spécifique, des formations à la recherche d'information ou le développement d'un service de question-réponse. Il nécessiterait sans doute l'embauche d'une documentaliste au sein de la MOT ce qui n'est pas envisageable pour l'instant. Cependant, ces services pourraient faire l'objet de tarification supplémentaire.

Scénario 3 : Donner accès au centre de documentation pour le grand public

Dans le cadre de ce scénario, peu coûteux, nous devons revenir sur la notion de « grand public ». En effet, il s'agit d'un sujet pointu, très spécifique, et le « grand public » sera malgré tout assez peu nombreux. Les « adhérents » (qui paient des cotisations) n'auraient donc plus la « primeur » du centre de documentation ; il s'agit ici d'un choix politique qui doit être tranché par la hiérarchie. Cela permettrait à la MOT une reconnaissance plus importante. Cependant nous pouvons ajouter que le « grand public » fera peut-être le choix de devenir adhérent, ce qui augmenterait les cotisations de la MOT.

Scénario 4 : Se mettre en réseau

Se mettre en réseau permettrait au centre de documentation de bénéficier de plus d'interactions avec des domaines qui lui sont proches, qu'il s'agisse de certains partenaires ayant un centre de documentation, des centres de documentation sur l'Europe ou des bibliothèques universitaires. Cela pourrait également lui permettre d'ouvrir le centre de documentation aux documents numériques payants par une mutualisation des ressources et des coûts. Nous renvoyons au schéma du réseau de la MOT – fait en partie 1.4. Son réseau – qui démontrait l'étendue de celui-ci.

10. Des approches complémentaires peuvent être envisagées

10.1. Une démarche organisationnelle : la qualité

La démarche qualité vise également la satisfaction du public, et c'est une démarche globale, très proche de la démarche marketing car l'une et l'autre s'intéresse à l'utilisateur. « C'est le public – l'utilisateur-client actuel, mais aussi l'utilisateur potentiel, l'utilisateur futur – qui est l'arbitre de fond, qui est la référence première¹⁶⁵. »

Elle s'appuie sur différentes normes ISO, ISO 9000 – ISO 9001 – ISO 9004 – ISO 9011. Ces normes définissent des lignes directrices afin que les produits et les services proposés par les entreprises correspondent aux attentes des usagers¹⁶⁶.

Pour comprendre la mise en place d'une démarche qualité nous pouvons nous reporter à ce qui a été fait à la bibliothèque de l'université Lyon I¹⁶⁷. Quelle est la « plus-value » de la bibliothèque ? Que vaut son offre de service ? Quels sont son niveau de qualité et son degré d'adaptation aux besoins de ses publics ?

La démarche qualité s'appuie sur un niveau de services adapté aux usagers et en adéquation avec les capacités économiques du centre de documentation. Elle se concrétise en quatre phases :

- Analyse de l'existant : questionnaire et entretiens menés auprès du public et du personnel, à partir desquels une synthèse est rédigée afin de faire ressortir les points faibles et les points forts.
- Piste d'améliorations, avec, entre autres, l'organisation de séminaires et la rédaction d'une note de synthèse rédigée par le consultant.
- Formation des personnels avec la présentation des nouvelles règles du « guide des bonnes pratiques ».
- Évaluation : mesurer le progrès et corriger les écarts, en prenant en compte d'un côté les attentes et de l'autre les aspects économiques qu'engendrerait leur amélioration.

Pour la bibliothèque de l'Université Lyon I, la démarche qualité a permis une meilleure valorisation de l'offre, une meilleure organisation de l'accueil, une harmonisation des pratiques – par

¹⁶⁵ MAYERE Anne, MUET Florence. La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information. Bulletin des bibliothèques de France. [En ligne], n° 1, 1998. [Consulté le 24 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-01-0010-001>>. ISSN 1292-8399

¹⁶⁶ Site web ISO. [En ligne]. [Consulté le 24/10/2014]. http://www.iso.org/iso/fr/iso_9000

¹⁶⁷ CAVALIER François, JONNEAUX Chantal, MAURIES Arlette. La démarche qualité. Bulletin des bibliothèques de France. [En ligne], n° 5, 2007. [Consulté le 24 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-05-0078-002>>. ISSN 1292-8399

exemple l'augmentation du nombre d'ouvrages accessibles au prêt – ainsi qu'une refonte des outils à disposition des agents – avec le CMS K-Sup et le Référenciel qualité accueil.

Cette démarche s'est poursuivie dans le temps avec l'arrivée d'un chargé de mission dont le poste s'intitule « indicateurs et tableaux de bord » pour assurer le suivi de cette démarche.

10.2. Une démarche collaborative : l'analyse de la valeur

Cette méthode est née aux Etats-Unis pendant la deuxième guerre mondiale ; elle a été élaborée par Lawrence D. Miles, qui était responsable des approvisionnements à la Générale Electric. Ainsi que l'écrit Anne Curt,

[l'] objectif de cette méthode est de trouver des solutions de remplacement à la pénurie de matériaux de qualité en en modifiant les spécifications tout en conservant le service rendu sans le modifier et en générant d'importantes économies¹⁶⁸.

Cette méthode est appliquée en France à partir des années 70, et par le domaine de la documentation dans les années 80 sous le nom de AVID¹⁶⁹. En 1978, est créée en France l'Association française pour l'analyse de la valeur (Afav), qui a contribué à la création de normes avec l'Afnor : les normes X 50-150 à X 50-153.

Cette dernière nous donne la définition suivante de cette démarche :

L'Analyse de la Valeur est une méthode rigoureuse qui, à partir d'une expression formalisée du besoin réel (en utilisant l'Analyse Fonctionnelle par exemple), conduit une équipe pluridisciplinaire (ensemble des experts des domaines concernés) à concevoir des solutions qui répondront de façon optimale (le meilleur compromis) à l'ensemble des besoins recensés (« Le nécessaire et suffisant »)¹⁷⁰.

Lors de sa mise en place à la Médiathèque de la Cité des Sciences et de l'Industrie¹⁷¹, elle a permis de mettre en évidence deux axes antagonistes, l'un qui est de diffuser la science, et l'autre qui est de proposer des livres aux lecteurs. L'Analyse de la Valeur a permis de poser les problèmes concrètement, même si les solutions ne sont pas immédiates.

10.3. Une démarche d'évaluation : le benchmarking

Pour Eric Sutter,

Le "benchmarking" est une démarche adoptée par les entreprises, qui consiste à évaluer produits, services et méthodes de travail par rapport à ceux de ses concurrents les plus performants ; elle

¹⁶⁸ MICHEL Jean, SUTTER Éric. Valeur et compétitivité de l'information documentaire. Bulletin des bibliothèques de France. [En ligne]. N° 4, 1989 [Consulté le 19 décembre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1989-04-0391-005>>. ISSN 1292-8399.

¹⁶⁹ AVID : Analyse de la valeur en information documentation

¹⁷⁰ Portail internet de l'Afav. [En ligne]. [Consulté le 27 octobre 2014]. <http://www.afav.eu/>

¹⁷¹ <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/61418-l-analyse-de-la-valeur-et-les-bibliotheques-l-exemple-de-la-mediathèque-de-la-cité-des-sciences-et-de-l-industrie.pdf>

conduit à comparer les résultats d'une unité de travail à ceux d'unités équivalentes d'autres entreprises, et à en tirer les enseignements nécessaires à l'amélioration de ses propres activités¹⁷².

Cette méthode consiste à observer l'environnement dans lequel on évolue pour en retirer les bonnes pratiques et ainsi améliorer son propre fonctionnement¹⁷³, améliorer ses processus. Le contrat de performance établi par la BnF en est un exemple¹⁷⁴. Il s'agit d'un « instrument de dialogue et de transparence avec l'Etat. » Ce contrat, signé avec le ministère de la culture et de la communication se décompose en six objectifs dont les deux plus importants concernent la révolution numérique et la bibliothèque comme lieu de mémoire. Vingt-deux actions prioritaires sont à mettre en œuvre pour atteindre ces objectifs. Une série d'indicateurs est mis en place afin de souligner l'avancement des actions en cours et les résultats obtenus.

Comme le rappelle Nicole Da Costa, l'évaluation se situe entre une approche de compréhension et de résolution des problèmes:

« en s'interrogeant sur la place de l'évaluation dans un établissement public tel que la BnF, il s'agit ici de s'intéresser à l'évaluation comme à une pratique régulière et intégrée à l'action elle-même, qui permet de délivrer quotidiennement des services de qualité, de proposer des offres adaptées ou encore de conduire tel programme de développement¹⁷⁵. »

L'évaluation se décompose de trois temps :

- Le recueil d'information, c'est-à-dire d'enquêtes, d'études documentaires ou de cas, d'auditions. Il s'agit de l'évaluation de la situation présente.
- Le traitement de l'information qui s'intéresse à l'analyse des statistiques et des indicateurs, par exemple les statistiques concernant la composition du public et ses usages.
- L'analyse contextuelle : elle consiste en un rapport, qui comprend un état des actions réalisées par objectif et les résultats donnés par les indicateurs.

¹⁷² SUTTER Eric. Vol 31, n°1, 1994, p. 44-46

¹⁷³ Portail internet de l'Essib. Définition du Benchmarking. [En ligne]. [Consulté le 14 octobre 2014]. <http://www.enssib.fr/le-dictionnaire/benchmarking>

¹⁷⁴ Portail internet de la BnF. Contrat de performance de la BnF, établi en 2009. [En ligne]. [Consulté le 15 octobre 2014]. http://www.bnf.fr/documents/contrat_performance.pdf

¹⁷⁵ DA COSTA Nicole. Un contrat de performance à la Bibliothèque nationale de France. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne]. N° 4, 2010 [consulté le 24 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0026-006>>. ISSN 1292-8399

11. Communiquer autour de son centre de documentation

Dans le cas du centre de documentation de la MOT, la communication pourra se faire à deux niveaux. Le premier niveau concerne l'offre – question abordée dans la partie précédente – ainsi que la valorisation du fonds documentaire. Le second niveau, concerne la « promotion » de la bibliothèque auprès de ses publics. Il s'agit donc du dernier outil de la démarche marketing, qui permet de promouvoir ce qui a été précédemment élaboré. Les deux outils sont complémentaires.

Comme le rappelle Jean Marc Vidal dans l'introduction de son livre¹⁷⁶, les bibliothécaires communiquaient historiquement autour d'une information, d'un document. La communication, entendue comme activité de promotion n'avait pas bonne presse, perçue alors comme inutile, voire dégradante. Aujourd'hui, ces lieux si emblématiques sont concurrencés par le numérique et des moteurs de recherche (dont Google). Les bibliothécaires et les documentalistes doivent donc aussi communiquer autour de leurs centres de documentation ou de leurs bibliothèques. C'est ainsi que sont apparus, à l'intérieur des centres de documentation ou des bibliothèques des postes de chargés de communication : dont l'objectif est de mettre en évidence et de faire connaître ce que l'on fait. Avec eux sont apparues les démarches marketing, importées du monde de l'entreprise. Les bibliothèques doivent communiquer avec leur public, se faire connaître et reconnaître. Pour convaincre leurs tutelles, elles doivent démontrer leur utilité sociale, pour convaincre leurs publics, elles doivent présenter une image claire de ce qu'elles sont.

11.1. Communiquer : le maître mot

Le dictionnaire de l'Enssib nous donne la définition suivante de la communication en bibliothèque :

La communication en bibliothèque recouvre aussi bien la promotion, la valorisation, la médiation que l'animation de communautés ou d'événements. À mi-chemin, entre les missions traditionnelles des bibliothèques (transmission et médiation) et l'air du temps qui pousse à la fois à une injonction de réussite et de statistiques favorables et à une attention accrue sur les questions de réputation et d'identité, la communication en bibliothèque doit trouver sa place et sa légitimité¹⁷⁷.

La bibliothèque serait donc passée d'un monde de livre, atemporel, règne de la non-communication à un nouvel état construit par ses acteurs et pour ses usagers. Nathalie Clot et Olivier

¹⁷⁶ [40] VIDAL Jean-Marc.

¹⁷⁷ Site internet de l'Enssib. Définition de la communication. [En ligne]. [Consulté le 15 octobre 2014]. www.enssib.fr/le-dictionnaire/communication

Tacheau¹⁷⁸, en citant l'axiome de Paul Watzlawick « On ne peut pas ne pas communiquer ! » insiste sur le fait qu'une bibliothèque même si elle fait le choix de ne pas communiquer, communique, en creux, par le fait de ne rien dire.

11.2. Avec qui communiquer ?

11.2.1. Communiquer avec les tutelles

Avant de communiquer, l'établissement concerné doit établir une stratégie propre à ses spécificités ; l'identité de la structure ainsi que les objectifs doivent être définis. Et c'est du dialogue entre les institutions et la bibliothèque que découleront les objectifs et donc les priorités du centre de documentation ou de la bibliothèque. Il faut rester « cohérent » entre la démarche mise en œuvre et la communication qui vient ensuite, car si cette cohérence n'est pas respectée, c'est à une double désaffection que s'expose la structure, d'une part de la part des décideurs d'autre part de la part de la structure elle-même. La communication repose sur la preuve de la valeur ajoutée apportée par ce service.

11.2.2. Communiquer avec les publics

Communiquer est à entendre dans son acception positive, entrer en relation avec le public. Les principales phases d'un plan de communication sont les suivantes :

- Apporter des modifications dans les comportements des publics cibles.
- Établir des profils qualitatifs de groupes de publics : la connaissance des publics cibles.
- La mise en œuvre des moyens.
- La budgétisation de ces moyens : "Chaque phase d'un plan de communication prévoit une justification concrète, une argumentation sur les choix et sur les orientations prises en réponse à la problématique à résoudre et aux objectifs définis¹⁷⁹."

Les moyens de communication doivent être ciblés en fonction des usagers. Faire une segmentation des publics n'est pas un objectif en soi mais doit être considéré comme l'un des moyens pour atteindre son objectif, qui est de communiquer avec chaque catégorie de population.

Une analyse a été menée à la BnF par le CREDOC en 2006. Intitulée « les supports de communication destinés aux usagers de la BnF¹⁸⁰ », cette étude a mis en évidence que le système de communication de la BnF ne pouvait pas viser le public en général mais qu'il devait cibler différents publics par des outils différenciés en « privilégiant une démarche de service ». En effet, les visiteurs,

¹⁷⁸ [40] VIDAL Jean-Marc. P. 46

¹⁷⁹ [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P. 146

¹⁸⁰ Site internet du CREDOC. [En ligne]. [Consulté le 10 décembre 2014]. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1072-les-supports-de-communication-destines-aux-publics-de-la-bnf-etude-sur-leur-utilisation-et-sur-les-attentes-des-usagers-en-matiere-d-information.pdf>

les lecteurs réguliers et les chercheurs n'ont pas les mêmes besoins ; les dépliants d'information doivent donc être réalisés en fonction de chaque profil.

11.3. Comment communiquer ? Construire une stratégie

C'est en effet à une véritable stratégie à laquelle il faut réfléchir pour faire une campagne de communication. Celle-ci peut s'appuyer sur différents points :

- Etablir un diagnostic de la situation : les atouts et les faiblesses doivent alors être mis en exergue.
- Formuler des objectifs : est-ce pour se faire connaître ? Avoir une meilleure image auprès de ses publics ?
- Bien définir son public : qu'il s'agisse d'un public interne à l'organisation ou d'un public externe, il faut savoir, le plus précisément possible à qui l'on s'adresse. On obtient ainsi des groupes auxquels sont associés des ressources humaines et financières pour lancer une campagne de communication.
- Ensuite il convient de formuler son message de communication. Les communicants doivent non seulement prendre en compte les registres, l'ambiance mais aussi les contraintes – quels sont le cadre légal, les supports de communication – ainsi que la promesse – pour quels bénéfices ? Quels services supplémentaires ? Il faut dans le même temps réfléchir aux supports qui seront utilisés. Ces derniers seront choisis en fonction des cibles et des objectifs. Ils sont soit des supports-médias – affichage, télévision, Web – soit des supports non-médias – comme des conférences, les réseaux sociaux, la signalétique, etc.
- Dans le même temps, il est nécessaire de définir un calendrier et un budget. Dans leur article « Instaurer une culture de communication dans les bibliothèques¹⁸¹ », les auteurs parlent « de spasmes communicationnels, sortes de contractions brutales qui permettent d'exercer une forte pression publicitaire sur des temps très courts ». En effet, selon ces auteurs, si la communication est trop longue dans le temps, elle risque de perdre en efficacité.
- Le budget est toujours difficile à établir mais il devra comporter toute la logistique, la conception et les moyens humains.
- Pour finir, il conviendra de faire une évaluation de ce plan de communication. Pour cela, il sera nécessaire de recourir à des indicateurs, qu'il s'agisse d'une mesure de la fréquentation ou d'enquêtes menées a posteriori sur les publics.

¹⁸¹ [39] ACCART Jean-Philippe.

12. Communiquer à la MOT

12.1. Le service communication de la MOT

La chargée de mission communication est également la chargée de mission qui s'occupe du service documentation. C'est elle qui, avec sa hiérarchie, a proposé l'idée d'un centre de documentation hybride et qui a réfléchi au cahier des charges pour le choix du prestataire de la base de données. Les prises de paroles au sein de la MOT sont donc coordonnées par cette personne ; c'est elle qui a en charge le site Web, la newsletter, etc. et qui, en outre, va être chargée de promouvoir le centre de documentation. Elle dispose de nombreux outils qui peuvent être utiles à ce centre.

12.2. Définir une identité

12.2.1. Communiquer sur son positionnement

La question identitaire, c'est-à-dire de l'identité dans laquelle chacun doit se reconnaître, que ce soit le responsable de service, l'équipe, les adhérents, la tutelle et les partenaires, le « réseau », est de première importance. Ainsi que l'écrivent Florence Muet et Jean-Michel Salaün, un utilisateur vient dans un centre de documentation (physique ou numérique) parce qu'il a besoin d'une information mais aussi parce qu'il en apprécie le cadre, la mise en page Web, la structure, etc.

Un bon positionnement, et donc une identité potentiellement séduisante se définit en trois points :

- Il doit être réaliste et explicite
- Fort et original : faisant ressortir les qualités particulières du centre de documentation
- Cohérent : cohérence entre les différentes facettes développées et la mission.

12.2.2. Entre maîtrise et communication de son image

A la suite de Florence muet et de Jean-Michel Salaün, on peut définir l'image de la façon suivante :

Comme l'ensemble des représentations aussi bien rationnelles qu'affectives, qui lui sont associées par ses partenaires, tutelles, usagers¹⁸².

L'image du centre de documentation de la MOT sera associée à son fonds documentaire, unique et très spécifique. Il sera un fournisseur privilégié d'informations sur les questions transfrontalières. L'image de ce centre de documentation traduira son positionnement.

¹⁸² [8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. P. 155

En premier lieu, l'identité de l'organisation passera par le logo choisi :

Le logotype est une représentation simplifiée à l'extrême de l'organisation. Il s'agit d'un élément (jeu typographique, élément architectural...) jugé suffisamment symbolique et pérenne pour représenter l'organisation¹⁸³.

Ci-dessous le logo de la MOT :



Figure 3 : Le logo de la MOT

Source : site internet de la MOT – Production et copyright MOT – Tous droits réservés

L'identité d'une organisation passe aussi par la charte graphique dont elle se dote.

La charte graphique est la signature de la MOT – on la retrouve par exemple sur le portail Web, les newsletters...

Même si elle est susceptible d'être modifiée, la signalétique est une part importante de l'accueil réservé au lecteur : « elle a, en effet, pour fonction d'orienter, d'identifier et d'informer, de manière institutionnelle et fonctionnelle¹⁸⁴. » La MOT doit encore réfléchir à la mise en place d'une signalétique claire pour son centre de documentation physique. Les usagers seront peu nombreux et les documents ne seront pas en accès libre ; la signalétique aura donc aussi pour objectif de rendre ces documents plus visibles.

La question de la charte graphique du centre de documentation numérique fait l'objet d'un storyboard élaboré par JLB-NET, qui doit être validé par la MOT. Ce centre de documentation doit en effet s'insérer dans le portail Web et une grande attention est portée à sa charte graphique.



Cette page est extraite du storyboard envoyé par JLB-NET à la MOT. Cette proposition est discutée et est susceptible d'être modifiée.

¹⁸³ De MIRIBEL Marielle. Accueillir les publics. Comprendre et agir. Paris, Electre - Editions du cercle de la librairie. 2009. 512 p. ISBN 978-2-7654-0971-7. P. 18

¹⁸⁴ Ibidem.

12.3. Définir ses cibles

Comme nous l'avons déjà indiqué, la MOT ne souhaite pas « ouvrir » complètement son centre de documentation. Dans un premier temps, il sera réservé à l'équipe, aux adhérents, aux différents services de l'Etat ainsi qu'aux universitaires qui en feront la demande. La communication sera donc orientée vers eux, en particulier vers les adhérents pour qui ce service représente un service supplémentaire justifiant en partie leur adhésion.

12.4. La communication orientée « marketing » autour de ces offres de service

La communication autour de l'offre de service concerne « la communication sur les services proposés par le service d'information¹⁸⁵», ce que les spécialistes en marketing nomment la « communication-produit », différente de la communication institutionnelle.

Trois fonctions complémentaires doivent être étudiées :

- Une fonction cognitive : faire connaître l'existence des prestations proposées par le centre de documentation.
- Une fonction d'ordre affectif : qui consiste à valoriser le produit ou le service proposé, pour susciter l'intérêt de l'utilisateur.
- Une fonction conative : faire consommer de façon effective les prestations proposées, l'objectif étant ici de fidéliser le public.

Deux objectifs doivent être inscrits en complément. Il s'agit de la gestion de l'attente de service, qui vise à informer les utilisateurs de ces services, et de la gestion de la participation de l'utilisateur, qui vise à fournir à l'utilisateur les informations utiles pour orienter sa participation.

➤ **Définir les objectifs**

Avant tout, il faut définir les objectifs de cette communication, et déterminer les fonctions qu'elle doit assurer par la communication. Dans le cas de la MOT, la communication portera sur la mise en ligne du portail JLB-NET Portail 2.0 et sur l'ouverture à un plus large public du centre de documentation physique. Ensuite, il faudra choisir les axes de communication à privilégier. Pour la MOT, on pourra mettre l'accent sur la pertinence et le volume des ressources, sur un sujet aussi spécifique que le transfrontalier. Enfin, il conviendra de définir les cibles de cette communication. A la MOT, les adhérents seront prioritaires, mais les étudiants pourront aussi avoir une communication spécifique, ultérieurement, à l'intérieur de leurs universités, via leurs enseignants par exemple.

➤ **Comment communiquer, par quels messages ?**

¹⁸⁵ [8] MUET Florence, SALAÛN Jean-Michel. P. 154

En effet ceux-ci doivent être adaptés au marketing et être centrés sur le public.

Il ne s'agit pas de mettre en avant des moyens, mais des solutions. Pour la MOT, il ne s'agirait pas de dire « nous avons x ressources dans notre base de données » mais « l'information que vous cherchez se trouve dans notre base de données ». L'utilisateur devra comprendre que consulter lui permettra de répondre à ses besoins.

12.5. Les supports utilisés

Nous devons voir quels sont les différents outils dont dispose la MOT pour sa communication, afin d'analyser quelle communication pourra être mise en place au sein de la MOT à l'aide de ses différents outils.

12.5.1. Newsletter et cahiers

La première newsletter date de janvier 2004. Elle ne faisait que deux pages. En avril 2011, une newsletter de quatre pages est proposée intégrant la nouvelle charte graphique – avec un logo bilingue. Il existe une version anglaise de la newsletter. Elle est diffusée à plus de 6500 contacts par *mailchimp* en Europe. Les statistiques, très précises, nous indiquent qu'elle est ouverte par environ 20 % des personnes qui la reçoivent – la moyenne est de 18 % pour l'envoi d'une newsletter - et que 7,4 % cliquent sur différents articles – alors que la moyenne pour les newsletters est de 2 %. A l'occasion de la 100^e newsletter, une rétrospective a été organisée par la documentaliste, le portail Web offrant la possibilité de télécharger les newsletters déjà réalisées.

La chargée de communication et de documentation s'occupe de la newsletter, qui est faite entièrement sur place. Il n'est pas fait appel à des prestataires extérieurs. Un cabinet de traduction s'occupe de la traduction vers l'anglais. La chargée de communication met en avant des projets locaux et informe sur les actualités liées au transfrontalier. Le but est aussi de valoriser les adhérents et leurs projets. C'est un outil d'information général sur le transfrontalier et deux pages sont généralement réservées aux adhérents.

C'est, entre autre, par cette newsletter que sera faite une communication sur l'ouverture du centre de documentation. Cette information touchera tous les contacts et pas seulement les adhérents.

12.5.2. Les conférences et séminaires

A l'occasion de rencontres avec les adhérents – lors des assemblées générales par exemple – il est possible d'informer, de communiquer autour du centre de documentation. Cela a déjà été fait en amont lors de la dernière assemblée générale du mois de juin 2014 puisque lors de sa prise de parole, la chargée de mission en documentation en a annoncé son ouverture.

12.5.3. Portail web

Le portail Web de la MOT a été complètement transformé puis mis en ligne en 2013. Il est très clair et pratique. Différents onglets guident le lecteur : La MOT, Ressources, Activités européennes, Actualités et Espaces membres.

L'onglet La MOT présente l'association, sa structure, ses membres, ses partenariats, ses publications et études ainsi que son équipe.

L'onglet Ressources présente les différents territoires et thèmes – les thésaurus ont repris ce découpage.

Le portail Web est un passeur et a un rôle important vis-à-vis des adhérents. Selon Google Analytics, le site web a été consulté en moyenne 130 fois par jour en 2013. Nous pouvons noter :

- Une navigation aisée sur le site.
- Une mise à jour quotidienne des informations, en particulier sur les pages « actualité », ce qui renforce l'attractivité du portail pour les adhérents.
- Une absence de flux RSS sur le site : Ce qui pourrait être dommageable pour des adhérents souhaitant faire une veille à partir de ce portail.
- La structuration du site : ce sont des bases de données qui s'interconnectent et qui reprennent les grands thèmes du centre de documentation.

Deux espaces cohabitent au sein de ce portail :

- un accès grand public qui montre l'essentiel du travail accompli par la MOT avec par exemple un espace dédié aux cartes ou un autre pour les "projets" : de nombreux projets – environ 400 sont recensés sur ce site – sont des projets transfrontaliers, financés par des programmes européens. Une mise à jour régulière est faite de ces projets sur le portail. À l'occasion des élections européennes, le service documentation-communication de la MOT avait préparé une revue de presse comportant quelques exemples.
- Un autre espace est réservé aux membres, que nous étudierons dans la partie suivante consacrée à l'extranet.

Le portail Web sera bien sûr un média important utilisé par la documentaliste pour communiquer autour du centre de documentation, son portail étant régulièrement consulté par de nombreux adhérents, ou non-adhérents.

La communication via les réseaux sociaux ne pourra se faire que par Twitter. La MOT n'est effectivement pas présente sur d'autres réseaux sociaux, comme Facebook, où de nombreuses entreprises se trouvent aujourd'hui, ce qui peut se comprendre en raison de la nature de sa mission mais aussi du public auquel elle s'adresse.

12.5.4. Espace membres et ressources dédiées : l'extranet

L'extranet est un complément pour les entreprises permettant de dialoguer avec leurs clients. C'est un système d'information qui complète l'internet et l'intranet. L'extranet permet à la MOT d'échanger avec ses adhérents via un système d'information sécurisé. Une séparation est à faire entre les services réservés aux adhérents (via extranet) et ceux destinés au grand public, qui se trouvent sur le portail.

L'internet s'adresse au grand public, l'extranet aux collaborateurs/adhérents. Ils ont ainsi accès à un plus grand nombre d'informations. Il s'agit d'un espace de communication qui leur est réservé. L'adhérent devient alors acteur de ce système et non plus simple utilisateur. On y retrouve différents types d'information :

- les Assemblées générales et le Conseil d'administration : le Conseil d'administration de la MOT se réunit deux fois par an. Le portail extranet permet à la MOT de donner toutes les informations sur la vie de l'association. Lors de l'Assemblée générale, l'équipe s'exprime sur ces projets ce qui a été, lors de la dernière assemblée générale en juin 2014, l'occasion d'informer tous les participants de la création du centre de documentation lors de la prise de parole de la chargée de communication et de documentation. Certains adhérents ne peuvent être présents et ce portail permet de garder le contact avec eux tout en les informant.
- la plate-forme des techniciens : c'est une réunion annuelle, qui a lieu lors de l'assemblée générale de la MOT et qui permet d'échanger sur les activités de l'association, les groupes de travail thématiques et les attentes du réseau.
- les Consultations du réseau : cette page permet d'informer les adhérents des différentes consultations et des prises de position de la MOT.
- les ressources juridiques et autres : dans ce portail a déjà été mis en place un accès à la documentation juridique qui comprend des outils juridiques – ce qu'est un GECT, une association à vocation transfrontalière, une société d'économie mixte locale à vocation transfrontalière, etc. – c'est-à-dire un certain nombre d'informations favorisant la compréhension du monde transfrontalier, des termes, des acronymes. Dans cette rubrique, se trouve également des textes juridiques ainsi que des sites susceptibles d'aider l'utilisateur.
- la Revue de presse, généralement mensuelle, faite avec Pressed : elle est faite par la documentaliste de la MOT, puis envoyée aux différents adhérents. Cette revue de presse est décomposée en fonction des frontières et territoires, puis en fonction des articles concernant l'union européenne et enfin d'une rubrique divers qui reprend les thèmes. Nous retrouvons les intitulés des trois thésaurus. Une base de données regroupe tous les articles des revues de presse, ils peuvent être sélectionnés selon de

nombreux critères – recherches dans le titre ou le corps de l'article, selon le journal, le thème, l'année, le territoire, etc. depuis 2009.

- les Services et prestations : cette page permet de faire le point sur les différents services et prestations proposés par la MOT.

Le centre de documentation numérique va naturellement trouver sa place dans l'extranet, il sera en effet annoncé, entre autre, à cet endroit, ce qui permettra aux adhérents d'y accéder sans avoir à s'identifier de nouveau. L'extranet peut être considéré comme le lieu de communication du cœur du réseau, dédié aux adhérents.

Conclusion

Face à des recherches documentaires menées de plus en plus sur des moteurs de recherche – comme Google – la MOT a fait le choix d’ouvrir un centre de documentation hybride qui va s’intégrer dans un centre de ressources. Ce centre est encore en construction et il ne sera définitivement ouvert qu’en début d’année 2015 avec la mise en ligne de la base de données JLB-NET Portail 2.0. Cette étude, qui est le résultat d’un stage de 4 mois à la MOT, peut être étendue à d’autres centres de documentation dont les spécificités, en termes de public et de fonds documentaire, sont proches.

Ce centre de documentation physique peu ouvert sur l’extérieur répond à une demande de conservation du patrimoine, les documents restant néanmoins consultables. C’est pour satisfaire en priorité ses adhérents que la MOT met aussi en place cette base de données en ligne qui doit leur offrir, outre des moyens de recherche avancée, l’accès à des documents en texte intégral.

La Mission Opérationnelle Transfrontalière est unique et les objectifs qu’elle se donne, dont le principal est de développer la coopération transfrontalière, participent de sa singularité. Son centre de documentation en est le reflet. Il sera en effet spécifique et son originalité ne pourra que valoriser encore davantage l’institution qu’il représente. L’étude menée dans ce mémoire a porté sur la raison d’un tel choix et sur la valorisation de ce centre de documentation. Pour ce faire, nous avons suivi la démarche exposée par Florence Muet et Jean-Michel Salaün, qui permet selon nous d’avoir une vue globale de la question et nous a permis de mettre en avant certains scénarios d’évolution, en fonction des priorités définies par les tutelles. En décomposant, avec une approche marketing, les avantages et les faiblesses de ses différents aspects – par l’analyse interne du centre de documentation physique-numérique puis le public et l’analyse externe – en analysant sa mission, ses cibles, son offre et son positionnement, nous avons pu mettre à jour ce qu’est ce centre de documentation et ce qu’il pourrait être à l’avenir en fonction des décisions prises.

Ce centre de documentation va faire l’objet d’une communication et nous avons également pu étudier à quel point celle-ci était nécessaire et devait faire l’objet d’une grande attention, que ce soit la communication envers le public mais aussi vis-à-vis des tutelles. Il est en effet impossible de ne pas communiquer, il faut se faire connaître et reconnaître. Le centre de documentation hybride de la MOT est un complément aux différentes ressources déjà existantes, un nouveau service offert aux adhérents auxquels pourront avoir accès l’équipe de la MOT mais aussi des étudiants intéressés par le sujet. C’est vers ce public que devra se faire sa communication mais aussi vers le réseau dont nous avons pu noter l’importance tout au long de ce mémoire.

Ce balancement constant entre physique et virtuel correspond à l’évolution de notre monde. Nous sommes bien conscients que les documentalistes, les libraires et les bibliothécaires n’exercent pas le même métier. Cependant, ces trois professions appartiennent toutes trois à la chaîne du livre et ont à faire avec le « fonds », qu’il s’agisse de fonds documentaire ou de stock. De là elles ont des choix à faire qui relèvent soit de leur politique documentaire soit de la gestion de ce stock, et qui ne peuvent être menées à bien que si une attention scrupuleuse est portée aux usagers – ou aux clients. Ayant été libraire, j’ai été particulièrement sensible à cette question. Ce mémoire m’a en effet permis

de mieux cerner des approches orientées marketing et ainsi de mieux définir les rapports entre les clients et le stock, et le rôle même du libraire. Les documentalistes et bibliothécaires, doivent donc accompagner l'utilisateur vers le numérique, aujourd'hui incontournable, mais il semble aussi primordial, pour eux comme pour leurs usagers, de bien comprendre les enjeux des espaces physiques, ce que permet la bibliothèque hybride.

Bibliographie

Cette bibliographie a été arrêtée le 12 décembre 2014. Elle se compose de 40 références qui ont été utiles à la rédaction de ce mémoire. Cette liste n'est bien entendu pas exhaustive, de très nombreux ouvrages et articles existant sur la problématique abordée. Les références sont classées par thèmes, puis présentées dans l'ordre alphabétique d'auteur.

Généralités

[1] BATISTI Michèle, LAMOUREUX Mireille. « Congrès du centenaire de l'ABF » Documentaliste – Science de l'information [en ligne], 2006, vol. 43, n°5-6, p. 306-313, [consulté le 12 octobre 2014] <http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2006-5-page-306.htm>

[2] ENSSIB. Services et ressources. La différence entre une bibliothèque électronique, une bibliothèque numérique et une bibliothèque virtuelle [en ligne], [consulté le 18 septembre 2014].<http://www.enssib.fr/content/bonjour-quelles-sont-les-differences-entre-une-bibliotheque-electronique-une-bibliotheque>

Sur le Portail internet de l'Essib, la page Services et ressources consacrée à la différence entre bibliothèque numérique, électronique et virtuelle.

[3] JACQUESSON Alain, RIVIER Alexis. Bibliothèques et documents numériques : Concepts, composantes, techniques et enjeux. Nouvelle édition. Paris, Editions du Cercle de la Librairie, 2005. 575 p. Collection Bibliothèques. ISBN 2-7654-015-3

Ouvrage de synthèse et de référence sur les bibliothèques numériques. Son dernier chapitre est consacré à la bibliothèque en tant que lieu, avec des notions sur la bibliothèque hybride.

[4] POLEWKA Anna [en ligne]. Étude des enjeux de la virtualisation des collections du centre de documentation de l'IPE-Unesco. 109 p. Mémoire pour obtenir le Titre professionnel « Chef de projet en ingénierie documentaire », [consulté le 21 septembre 2014], INTD, 2012. http://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00803647/document

Mémoire professionnel faisant suite à une étude menée à l'IPE – Unesco sur la virtualisation de leur centre de documentation. Ce mémoire a été très utile pour la partie sur les enjeux d'un centre de documentation hybride.

[5] SERRES Michel. Petite poucette. Paris, Le Pommier, 2012. 84 p. Collection Manifestes. ISBN 2-7465-0605-3

Pour Michel Serres, les sociétés occidentales ont déjà vécu deux révolutions majeures (le passage de l'oral à l'écrit, puis à l'imprimé). La troisième est le passage aux nouvelles technologies.

[6] WIEVORKA Michel. L'impératif numérique. Paris, CNRS éditions, 2013. 64 p. ISBN 2-271-07981-7

Ouvrage qui porte sur l'impact du numérique sur la recherche, en particulier en Sciences humaines et sociales.

Le Marketing documentaire

[7] HERMEL Laurent, HERMEL Pascale. Le Marketing. Paris, AFNOR, 2007. 198 p. Collection 100 questions pour comprendre et agir. ISBN 978-2-12-175555-4.

Ouvrage généraliste sur le marketing.

[8] MUET Florence, SALAÜN Jean-Michel. Stratégie marketing des services d'information : Bibliothèques et Centres de documentation. Nouv. Ed. Paris, Electre - Éditions du cercle de la librairie, 2001. 222 p. ISBN 2-7654-0794-0

Ouvrage généraliste sur la question du marketing documentaire, permettant d'en comprendre les enjeux. Il a été à l'origine de ma démarche menée à la MOT.

[9] MUET Florence [Dossier coordonné par]. Marketing stratégique : enjeux et bénéfices pour les services documentaires. Documentaliste-Sciences de l'Information, février 2008 [en ligne], vol. 45, n°1, p. 32-71. ISSN 0012-4508

Ce numéro de la revue Documentaliste -Science de l'information, plus récent que l'ouvrage précédent, propose un dossier très fourni sur le marketing documentaire. « Le diagnostic marketing », « Le positionnement stratégique », « L'adéquation entre offre et besoins » et « La politique de communication » y sont notamment abordés.

[10] PETIT Marianne [en ligne]. La valorisation d'un service information-communication : 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 », [consulter le 3 décembre 2014], INTD, 2012. http://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_00803616/document

Mémoire utilisant la démarche du marketing documentaire appliqué à un cas, celui du centre de ressources politique de la ville Profession Banlieue. Il a été très utile par sa précision.

Usages et usagers

[11] BERTRAND Anne-Marie. Médiation, numérique, désintermédiation. Bulletin des bibliothèques de France. [En ligne], n° 3, 2013. [Consulté le 29 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-03-0023-004>> ISSN 1292-8399

Article assez récent sur la question de la médiation et de son évolution avec l'arrivée du numérique.

[12] CHOURROT Olivier. Le bibliothécaire est-il un médiateur ? Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 6, 2007 [consulté le 10 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2007-06-0067-000>>. ISSN 1292-8399.

Dans cet article, olivier Chourrot interroge le sens même du sens de médiation.

[13] COUSSEAU Françoise. Des professionnels capables d'accompagner les usagers dans toutes les dimensions de la recherche et de la pédagogie. [En ligne]. In RANJARD, Sophie. Quels usagers ? Quels Usages ? Documentalistes-Sciences de l'information, 2009, vol.46, n°3. P.46-57. [Consulté le 18 novembre 2014]. file:///C:/Users/MariePierre/Downloads/2009_3_55-56.pdf.

Françoise Cousseau nous donne dans cet article un exemple d'évolution de la mission des bibliothécaires universitaires avec l'ESSEC Business School.

[14] DESRICHARD Yves. Tristesse du numérique. Bulletin des bibliothèques de France [En ligne], n° 3, 2012. [Consulté le 4 décembre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-03-0029-004>>. ISSN 1292-8399

[15] GUILLAUD Hubert. Le vertige des métriques. Internet Actu.net, 2011 [en ligne]. [Consulté le 4 décembre 2014]. <http://www.internetactu.net/2011/07/28/le-vertige-des-metriques/>

Ces deux articles s'interrogent sur l'accès et m'ont permis de prendre des distances face au tout numérique prôné dans de nombreux articles.

[16] KESSLER Jack. Bibliothèques et numérique. Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 6, 2011. [Consulté le 08 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-06-0028-002>>. ISSN 1292-8399

Jack Kessler insiste dans cet article sur l'importance de la communication en face à face entre le bibliothécaire et l'utilisateur.

[17] LE COADIC Yves-F. Usages et usagers de l'information. Paris, ADBS, Nathan, 1997. 128 p. Collection 128 Nathan-ADBS. ISBN 2-09-190366-3

Ouvrage assez ancien mais d'une importance majeure car il met l'utilisateur au cœur du raisonnement.

[18] PAPPY Fabrice (dir.). Usages et pratiques dans les bibliothèques numériques. Paris, Hermès Sciences–Lavoisier, 2007. 364 p. ISBN 978-2-7642-1655-6

Cet ouvrage rassemble les contributions de différents spécialistes. Nous nous sommes particulièrement intéressés à deux chapitres, le premier concernant le rôle des bibliothécaires et documentalistes dans la bibliothèque numérique de Christian Lupovici (chapitre 14) et le second portant sur « l'utilisation de facettes pour la classification et l'accès aux ressources numériques » de Michèle Hudon (chapitre 7).

[19] RANJARD Sophie. Usages et usagers de l'information – Quelles pratiques hier et aujourd'hui ? Paris, ADBS, 2012. 67 p. ISBN 78-2-84365-141-0

Ce livre fait le point sur l'évolution des besoins d'information des usagers avec l'arrivée des nouvelles technologies. Un chapitre est consacré aux méthodes et techniques d'enquêtes sur les usages.

Politique documentaire

[20] BARRON Géraldine, LE-GOFF JANTON Pauline (dir.). Intégrer des ressources numériques dans des collections. Villeurbanne, Presses de l'Enssib, 2014. 180 p. Coll. « La boîte à outils », ISBN 7-10-91281-18-8

[21] CALENGE Bertrand. Bibliothèques et politiques documentaires à l'heure d'internet. Paris, Électre – Éditions du Cercle de la librairie, 2008. 264 p. ISBN 978-2-7654-0962-5

Cet ouvrage redéfinit la politique documentaire avec l'arrivée du numérique et d'internet. Ce livre s'est avéré être absolument indispensable pour la deuxième partie du mémoire.

[22] CARBONE Pierre, CAVALIER François. Les collections électroniques, une nouvelle politique documentaire. Paris, Électre – Éditions du Cercle de la librairie, 2009. 310 p. ISBN 978-2-7654-0975-5

Différents spécialistes ont participé à cet ouvrage. Nous retrouvons en effet des articles de Bertrand Calenge ou d'Emmanuelle Bermès sur la politique documentaire ou encore des précisions sur les documents en Open Access par Jean-François Lutz.

[23] CAZENOBE Adrienne. Les collections en devenir. Typologie des documents, politique et traitement documentaire. Paris, Électre – Éditions du Cercle de la librairie, 2010. 304 p. ISBN 978-2-7654-0981-6

Ouvrage qui s'intéresse aux collections, qui a été particulièrement important lors de la rédaction de la deuxième partie du mémoire.

Bibliothèque hybride

[24] AGNOLI Antonella. La bibliothèque nécessaire. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 6, 2011 [consulté le 05 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2011-06-0070-010>>. ISSN 1292-8399.

Cet article revient sur la nécessité de construire des bibliothèques, lieux de savoir et de démocratie.

[25] BROPHY Peter. La bibliothèque hybride. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2002. [Consulté le 23 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2002-04-0014-002>>. ISSN 1292-8399.

Article indispensable pour comprendre le concept de bibliothèque hybride.

[26] CHARTRON Ghislaine. La valeur des services documentaires en prise avec le numérique. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 5, 2012. [Consulté le 30 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-05-0014-003>>. ISSN 1292-8399

Cet article revient sur l'évolution des métiers de bibliothécaire et de documentaliste avec l'arrivée du numérique.

[27] HELLY Perrine. La bibliothèque comme service public de proximité à l'heure d'internet. Mémoire d'étude du diplôme de conservateur des bibliothèques, Enssib, [en ligne]. 2008. [Consulté le 13 octobre 2014]. <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/1764-la-bibliotheque-comme-service-public-de-proximite-a-l-heure-de-l-internet.pdf>

Mémoire de fin d'étude qui revient sur le concept de bibliothèque hybride.

[28] LE DEUFF Olivier. La bibliothèque 2.0. Genèse et évolution d'un concept. In Les cahiers du numérique[en ligne]. 2010 vol.6, p.97-118. [Consulté le 15 novembre 2014]. <https://www-cairn-info.cassiope.cnam.fr/revue-les-cahiers-du-numerique-2010-1-page-97.htm>

Cet article se propose d'aborder les différents apports du Web 2.0 pour une nouvelle bibliothèque.

[29] McMULLEN Susan. Les bibliothèques universitaires aux Etats-Unis : un modèle adapté aux besoins d'aujourd'hui. OCDE [en ligne], 2008. [Consulté le 06 octobre 2014]. Disponible sur le Web : <http://www.oecd.org/fr/etatsunis/40051582.pdf>

Article qui revient sur les bibliothèques universitaires américaines, devenues des learning centers.

Espaces physiques

[30] BAZIN Patrick. La bibliothèque hyper-lieu. In Livres-Hebdo [en ligne], 2012. [Consulté le 5 octobre 2014]. <http://www.livreshebdo.fr/article/la-bibliotheque-hyper-lieu>

[31] CALENGE Bertrand. Carnet de notes. La sidération du troisième lieu, [en ligne], 2012. [Consulté le 5 octobre 2014]. <http://bccn.wordpress.com/2012/02/12/la-sideration-du-troisieme-lieu/>

Patrick Bazin et Bertrand Calenge reviennent sur les nouvelles terminologies appliquées aux bibliothèques.

[32] DARNTON Robert. La bibliothèque numérique américaine est lancée ! In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 5, 2013. [Consulté le 25 novembre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-05-0006-001>>. ISSN 1292-8399.

Robert Darnton revient dans cet article, publié dans un premier temps dans le New York Review of Books en avril 2013, sur la naissance de la DPLA, la Digital Library of America.

[33] FRANQUEVILLE Pierre, SERVET Mathilde. À Thionville, une belle opportunité née d'un accident de parcours. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2010. [Consulté le 24 novembre 2014]. Disponible sur le Web : <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0066-003>>. ISSN 1292-8399.

Exemple d'une bibliothèque troisième lieu, à Thionville.

[34] PETIT Christelle (dir.). Architecture et bibliothèque. 20 ans de constructions. Villeurbanne, Presses de l'Esssib, 2011. 216 p. Coll. « esssib 2012 ». ISBN : 978-2-910227-98-2.

Très beau livre publié à l'occasion des vingt ans de l'Esssib qui donne la parole aux différents acteurs du monde des bibliothèques (conservateurs, architectes, etc.)

[35] SERVET Mathilde. Les bibliothèques troisième lieu. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2010. [Consulté le 04 octobre 2014]. <<http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001>>. ISSN 1292-8399.

Article qui explique ce que sont les bibliothèques troisième lieu.

Démarche qualité

[36] BONNEFOY Laetitia. Valoriser un centre de ressources documentaires : quelles pistes envisager ? Le cas du Centre de documentation de la Direction des musées de France. [En ligne]. 2008. [Consulté le 25 octobre 2014]. [<mem_00372874>](#)

Mémoire pour l'obtention du titre I à l'INTD qui fait le point sur les différentes démarches pour valoriser un centre de ressource.

[37] MAYERE Anne, MUET Florence. La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 1, 1998. [Consulté le 24 octobre 2014]. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1998-01-0010-001>. ISSN 1292-8399

Article assez ancien mais qui permet de bien différencier la démarche qualité de la démarche du marketing

Benchmarking

[38] DA COSTA Nicole. Un contrat de performance à la Bibliothèque nationale de France. In Bulletin des bibliothèques de France [en ligne], n° 4, 2010. [Consulté le 24 octobre 2014]. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0026-006>. ISSN 1292-8399

Dans cet article, Nicole Da Costa explique ce qu'est le contrat de performance mis en place à la Bibliothèque nationale de France, il s'agit d'un exemple de benchmarking.

Communication

[39] ACCART Jean-Philippe (dir.). Communiquer ! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes. Villeurbanne, Presses de l'Esssib, 2010, 176 p. Coll. « La boîte à outils », ISBN 978-2-910227-84-5

Ouvrage orienté sur la communication spécifique qui doit être mise en place vis-à-vis des tutelles ou des journalistes.

[40] VIDAL Jean-Marc (dir.). Faire connaître et valoriser sa bibliothèque : communiquer avec les publics. Villeurbanne, Presses de l'Esssib, 2012, 180 p. Coll. « La boîte à outils », ISBN 978-10-91281-02-7

Ouvrage dirigé par Jean-Marc Vidal qui porte sur la communication avec le public. Il a été important pour la troisième partie qui s'intéresse au plan communication de la MOT.

Annexes

Annexe 1– Thésaurus Frontières et territoires

	Thésaurus FRONTIERES ET TERRITOIRES			
FBeRuNI	1-Europe de l'Ouest			
DeBe		Allemagne-Belgique		
DeBeNI		Allemagne-Belgique-Pays-Bas		
DeBeNI.Emr			Euregio Meuse-Rhin	
			Mahhl	
		Allemagne-Luxembourg		
DeNI		Allemagne-Pays-Bas		
DeNI.Euro			Eurode	
DeNI.Eure			Euregio	
DeNI.Rmn			Euregio Rhein-Maas-Nord	
		Allemagne-Suisse		
BeNILu		Belgique-Luxembourg		
BeNILu		Belgique-Luxembourg-Pays-Bas		
BeNI		Belgique-Pays-Bas		
EsPort		Espagne-Portugal		
EsPort.ChVer			Eurocité Chaves-Verin	
			Eurocité Elvas-Badajos	
EsPort.EAAA			Eurorégion Algarve-Alentejo-Andalucia	
EsPort.GalNp			Galice-Portugal	
EsPort.CICp ou EsPort.CINp			Castille et Léon-Portugal	
FDeLu		France-Allemagne-Luxembourg		
Fde		France-Allemagne		
FDe.Eso			Strasbourg-Ortenau	
FDe.Esm			SaarMoselle	
FDe.Erp			Regio Pamina	
FDe.Cmfsa			Région Freiburg-Centre et Sud Alsace	
FDe.AI			Région Alsace	
FDeCh		France-Allemagne-Suisse		
FDeCh.Rs			Rhin Supérieur	
FDeCh.Etb			Eurodistrict Trinational de Bâle	
Fbe		France-Belgique		

FBe.Lkt			Eurométropole Lille-Kortrijk-Tournai	
FBe.Vdo			Dunkerque-Flandre occidentale-Côte d'Opale	
FBe.Fb			Flandre belge	
FBe.WI1			Communauté française Wallonie Bruxelles	
FBe.WI2			Communauté germanophone	
FBe.WI			Wallonie	
FBe.Ca			Région Champagne-Ardenne	
FBe.Th			Thiérache-Hainaut	
FBe.Npc			Région Nord-Pas de Calais	
FBeLu		France-Belgique-Luxembourg		
FBeLu.Ped			Pôle européen de développement de Longwy	
FBeNI		France-Belgique-Pays-Bas		
FESAn		France-Espagne-Andorre		
FESAn.An			Andorre	
FESAn.Epm			Eurorégion Pyrénées-Méditerranée	
FESAn.Lr			Région Languedoc-Roussillon	
FESAn.Mp			Région Midi-Pyrénées	
FESAn.Ari			Ariège	
			Aragon	
FESAn.Ca			Catalogne Nord et Sud	
FESAn.Cae				Catalogne espagnole
FESAn.Escat				Espace catalan transfrontalier
FESAn.Capo				Département des Pyrénées-Orientales
FESAn.Cgn				Cerdagne
FESAn.Pb			Pays Basque-Aquitaine-Navarre-Euskadi	
FESAn.Pbpa.10.31				Département des Pyrénées-Atlantiques
FESAn.Ae.1.12				Eurorégion Aquitaine-Euskadi
FESAn.Pbss				Eurocité Basque

FEsAn.PbtX				Consortio Bidasoa-Txingudi
FEsAn.Aq				Région Aquitaine
				Navarre
FIItMo		France-Italie-Monaco		
FIItMo.Mo			Monaco-France	
FIItMo.Ame			Eurorégion Alpes-Méditerranée	
FIItMo.Paca			Région Provence-Alpes-Côte d'Azur	
FIItMo.Bhv			Briançonnais-Hautes-Vallées	
FIItMo.Co			Corse-Italie	
FIItMo.Va			Région autonome Vallée d'Aoste	
FIItMo.Li			Région de Ligurie	
FIItMo.Im			Province de Imperia	
FIItMo.Sas			Province de Sassari	
FIItMo.Tu			Province de Turin	
FIItCh		France-Italie-Suisse		
FIItCh.Emb			Espace Mont-Blanc	
Flu		France-Luxembourg		
			Villerupt-Esch-sur-Alzette	
			Alzette-Belval	
Fru		France-Royaume-Uni		
FCh		France-Suisse		
FCh.Fvg			Région franco-valdo-genevoise	
FCh.Fvgg				Pays de Gex
FCh.Fvga				Agglomération d'Annemasse
FCh.Aj			Arc Jurassien	
FCh.Fc				Région Franche-Comté et Doubs
FCh.Aud				Agglomération Urbaine du Doubs
		Italie-Suisse		
RepIrNdIr		République d'Irlande-Royaume-Uni		
RepIrNdIr.NewDun			Newry-Dundalk	
FBeDeLu.Gr		Grande Région		
EspAtl		Espace Atlantique		
BeNILu		Benelux		

FBeRu		Espace Transmanche (France-Belgique- Royaume-Uni)		
Eco	2-Europe centrale et orientale			
Eco.DeAu		Allemagne-Autriche		
Eco.DeAuCz.Eur Dm		Allemagne-Autriche- République tchèque		
Eco.DePol		Allemagne-Pologne		
Eco.DePol.FrSl			Frankfurt-Slubice	
Eco.DePol.EuGu			Eurocité Guben-Gubin	
Eco.DePol.EuGZ			Eurocité Gorlitz- Zgorzelec	
Eco.DePol.EuPe v			Euroregion Pro Europa Viadrina	
Eco.DePolCz		Allemagne-Pologne- République tchèque		
		Allemagne-République tchèque		
		Autriche-Hongrie		
ItAu		Autriche-Italie		
		Autriche-République tchèque		
AuSlo		Autriche-Slovaquie		
Eco.SlovAu		Autriche-Slovénie		
		Autriche-Suisse		
Eco.PolUkBi.2		Biélorussie-Pologne- Ukraine		
		Croatie-Hongrie		
		Hongrie-Serbie		
Eco.HgSlo		Hongrie-Slovaquie		
Eco.HgSlo.Ig			Eurorégion Ister- Granum	
		Hongrie-Slovénie		
HgRou		Hongrie-Roumanie		
Eco.HgRou.Hb			Eurorégion Hajdu- Bihar-Bihar	
		Hongrie-Ukraine		
		Hongrie-Serbie		
ItSlov		Italie-Slovénie		
		Pologne-République tchèque		
Eco.CzPolSlo		Pologne-République tchèque-Slovaquie		
		Pologne-Russie		
		Pologne-Slovaquie		

		Pologne-Ukraine		
		République tchèque-Slovaquie		
		Moldavie-Roumanie		
		Roumanie-Ukraine		
		Russie-Ukraine		
		Slovaquie-Ukraine		
Eco.Dan		Danube		
		Centroepe		
Eco.Carp		Eurorégion des Carpates		
Alp		Espace Alpin		
Bn	3-Baltique et Nord			
DeDan		Allemagne-Danemark		
		Biélorussie-Lituanie		
		Danemark-Suède		
Bn.DanSue.Or			Oresund	
		Estonie-Finlande		
Bn.EstLet		Estonie-Lettonie		
Bn.EstRus		Estonie-Russie		
		Finlande-Norvège		
Bn.FinRus		Finlande-Russie		
		Finlande-Suède		
		Lettonie-Lituanie		
		Lituanie-Pologne		
		Lituanie-Russie		
		Norvège-Royaume-Uni		
		Norvège-Russie		
		Norvège-Suède		
Bn.Mr		Mer Baltique		
Balk	4-Balkans			
Balk.GrAlb		Albanie-Grèce		
		Albanie-Macédoine		
		Bulgarie-Roumanie		
Balk.BulSer		Bulgarie-Serbie		
Balk.BulTur		Bulgarie-Turquie		
Balk.Cro.Ser		Croatie-Serbie		
		Croatie-Slovénie		
Balk.GrMa		Grèce-Macédoine		
		Monténégro-Serbie		
Balk.RouSer		Roumanie-Serbie		
Balk.Adr		Adriatique		

Balk.Thr		Thrace (Grèce, Bulgarie, Turquie)		
Med	5-Méditerranée			
		Albanie-Italie		
		Chypre-Grèce		
		Espagne-Maroc		
		Grèce-Italie		
		Italie-Tunisie		
Af	6-Autres continents	Afrique		
			Maghreb	
				Algérie
				Maroc
				Tunisie
Af.Oc			Afrique de l'Ouest et du Centre	
Afr.Oc.Mbf				Burkina Faso-Mali
Af.Oc.Ci				Côte d'Ivoire
Af.Oc.Se				Sénégal
		Amérique		
AmSud			Amérique du Sud	
AmSud.FBr				France-Brésil
				Argentine
				Uruguay
UsCan			Canada-Etats-Unis	
			Etats-Unis-Mexique	
Car			Caraïbes	
As		Asie		
			Chine	
			Corée du Nord-Corée du Sud	
As.Jc			Corée-Japon	
			Inde-Pakistan	
		Moyen Orient		
			Israël-Palestine	
OcInd		Océan Indien		

Annexe 2 – thésaurus Thèmes

	Thésaurus Thèmes		Synonymes, équivalence à traiter par logiciel	
1.1	Textes juridiques			
1.11		Accords multilatéraux		
1.12		Accords bilatéraux		
1.2		Textes nationaux		
1.3	Droit de la coopération			
2	Coopération transfrontalière et gouvernance			Coopération transfrontalière
2.0		Gouvernance transfrontalière		Gouvernance
2.1		Politique transfrontalière		
2.2		Décentralisation		
2.3		Collectivités locales		
2.4		Structures de coopération		
2.41			GECT	
2.42			GLCT	
2.43			Association (à vocation transfrontalière)	
2.44			GEIE	
2.46			SEML	
2.47			Consortio de coopération transfrontalière	
2.5		Financement		
4	Emploi			
4.1		Travailleurs transfrontaliers		
4.2		Formation professionnelle		
5	Métiers de la coopération territoriale			
5.1		Euro-instituts		
5.2		Méthodologie et capitalisation		
6	Enseignement supérieur			
7	Développement économique			
8	Aménagement du territoire,			Aménagement du territoire

	planification, urbanisme			
8.2		Agglomérations et métropoles		
8.3		Equipements transfrontaliers		
8.4		Planification, urbanisme		
8.5		Démographie		
8.6		Paysages, espaces verts et péri-urbains		
9	Transports, mobilité			
9.1		Mobilité		
9.2		Infrastructures de transport		
9.3		Transports routiers		
9.4		Transports ferroviaires		
10	Logement, habitat, foncier			
20	Espaces ruraux			
20.5		Agriculture		
30	Espaces naturels			
30.1		Espèces protégées		
30.2		Parcs		Réserves naturelles
30.3		Fleuves, rivières		
30.4		Montagnes		
40	Exploitation, distribution des ressources naturelles			
50	Energie			
60	Changement climatique, gestion et prévention des risques			
70	Environnement, déchets			
70.1		Environnement		Développement durable
70.2		Déchets		
80	Santé, secours			Santé
	Sécurité, justice			
90	Science, recherche, innovation			
100	Culture, TIC, société civile			
100.1		Culture, patrimoine		
100.2		Médias, télé, communication		
100.3		Société civile		

100.4		Micro-projets		
100.5		TIC, services postaux		TIC
100.7		Langues		
200	Publics spécifiques, questions sociales			Inclusion sociale
200.1		Jeunesse, éducation		
200.2		Personnes âgées		
200.3		Personnes handicapées		
300	Sport			
400	Tourisme, loisirs			
500	Services publics, administrations			
500.1		Consommation		Protection des consommateurs
600	Coopération maritime			
700	Observation, statistique			
800	Coopération décentralisée			
900	Fiscalité			

Annexe 3 – Thésaurus Europe

	THESAURUS EUROPE			Synonymes/Equivalences
1.31	1-Politique régionale			Politique de cohésion
1.31.1	Aménagement du territoire européen			
1.31.1.1		SDEC		
1.31.1.2		Agenda territorial		
1.31.2	Convergence			
1.31.3	Compétitivité			
1.31.4	Coopération territoriale			Cohésion territoriale
1.31.5	Politique de cohésion 2014-2020			
1.31.51	Stratégie Europe 2020			
1.31.6/1.31.61	Politique économique			Croissance intelligente ; Jasmine, Jaspers, Jeremie, Jessica
1.31.13	Politique urbaine			
1.31.7	Politique sociale			
1.31.8	Politique environnementale			
1.31.9/1.31.91	Niveau national			CRSN ; Accord de partenariat
	Niveau territorial			NUTS ; gouvernance multi-niveaux
1.31.12	Régions, collectivités locales, territoires			Spécificités territoriales
		Impact territorial		
		Régions ultrapériphériques		

		Macrorégion		
	2-Fonds et programmes européens			Fonds structurels
1.31.101	FEDER			
1.31.101.1		Interreg		
1.31.101.11.1/1.31.101.12.1			Interreg Volet A	
1.31.101.11.2/1.31.101.12.2			Interreg Volet B	Coopération transnationale
1.31.101.11.3/1.31.101.12.3			Interreg Volet C	Coopération interrégionale
1.31.101.2		Urbact		
1.31.101.3		Espon		
1.31.101.4		Interact		
1.31.101.5		Europact		
1.31.107	LEADER			
1.31.104	Fonds social européen			
1.31.105	Fonds de cohésion			
1.31.106	IEVP			
	3-Généralités			
0.1/0.21/0.2	Généralités et fonctionnement de l'UE			
0.3	Construction européenne			
0.31		Elargissement		
0.32		Stratégie de Lisbonne		
0.6	Marché intérieur			Union économique et monétaire ; Marché unique
0.5		Services d'intérêt général		SIG ; SIEG
0.7/0.71	Politique européenne de voisinage et Pays tiers			Frontières extérieures
0.4	Citoyenneté, justice			

	4-Institutions européennes et organes consultatifs			
1.1	Conseil de l'Union européenne			Conseil européen ; Conseil des ministres
1.3	Commission européenne			
1.4	Parlement européen			
2.2	Comité des Régions			
1.31.1/4	Conseil de l'Europe			
4		Congrès des pouvoirs locaux et régionaux		
	5-Structures et réseaux européens			
3.0	MOT			Mission Opérationnelle Transfrontalière
3.1	ARFE			Association des Régions Frontalières Européennes
3.2	CECICN			Conférence européenne des réseaux de villes transfrontaliers et interrégionaux
3.22	MedCities			Réseau méditerranéen villes côtières
3.23	FAIC			Forum des villes adriatiques et ioniennes
3.24	UBC			Union des villes baltiques ; Union of the Baltic Cities
3.25	CAAC			Conférence des villes de l'Arc Atlantique
	<u>CoDCR</u>			Conseil des villes et régions du Danube
3.3	City Twins			
3.4	Eixo Atlantico, RIET			
3.5	Plateforme de Budapest			
3.51	CESCI			Central European service for cross-border initiatives
3.52	IMEG			
3.10	Confrontations Europe			

3.12	TEIN			Transfrontier Network	Euro-Institut
------	------	--	--	--------------------------	---------------

Annexe 4 – Marketing documentaire : mise en place d'un questionnaire

Ce premier questionnaire s'adresse aux personnes qui ont accès au centre de ressources :

1 – public

Vous êtes :

1 équipe MOT

2 adhérents MOT (préciser le nom de votre organisme ou de votre collectivité) ou appartenant à des services de l'Etat, financeurs de la MOT.

Intercollectivités transfrontalières

Communes

Groupements de communes et de collectivités

Départements

Régions, Comtés etc.

Etats

Entreprises (dont CCI)

Fédérations, autres réseaux

Autres organismes (dont agences d'urbanisme)

Votre fonction au sein de l'organisme :

3 Universitaires/étudiants : merci de préciser votre domaine de recherche.

Enseignants-chercheurs

Etudiants

2 – pratiques actuelles pour la recherche documentaire (prioriser de 1 à 6)

	Equipe MOT	Adhérents	Universitaires/étudiants
Centre de ressources sur votre lieu de travail			
Documentation personnelle			
Internet (via un moteur de recherche type Google)			
Sites spécialisés			
Ressources extérieures			
Autres			

Si vous allez sur des sites spécialisés ou dans des centres de ressources extérieures pouvez-vous nous préciser lesquels ?

3 – besoins (prioriser de 1 à 9)

	Equipe MOT	Adhérents	Universitaires/étudiants
Réponse à une question précise sur un sujet			
Consulter des rapports/études			
Veiller sur différents sujets			
Information sur un organisme			
Actualité			
Accès à des documents sur un thème			
Accès à des documents sur une frontière			
Accès à des documents sur l'Europe			
Autres (préciser)			

4 – Fréquence des besoins

Quotidiennement

Au moins une fois par semaine

Entre 1 et 3 fois par semaine

Entre 1 et 6 fois par an

Moins

5 – Temps accordé à la recherche

En moyenne, par recherche, combien de temps lui consacrez-vous approximativement ?

15 minutes

Une demi-heure

1 heure

6 – Quels sont vos attentes d'un centre de ressources spécialisées dans le transfrontalier ?

	Equipe MOT	Adhérents	Universitaires/étudiants
La certitude de trouver des documents fiables			
Une recherche facilitée (aide à la recherche)			
Possibilité de découvrir de nouveaux documents			
Un gain de temps dans vos recherches			
Autres			

7 – Apport entre un centre de ressources en ligne/physique

Préférence pour le centre de documentation numérique

Vous n'êtes pas sur Paris et n'avez pas l'occasion de vous rendre à la MOT

Vous avez l'habitude de faire vos recherches en ligne

Facilité d'accès au document

Apport des thésaurus pour votre recherche

Préférence pour le centre de documentation physique :

Accès à de plus nombreux documents

Possibilité de rencontrer les membres de l'équipe

Présence de la documentaliste pour vous aider dans vos recherches

8 – Pour l'équipe de la MOT, souhaitez-vous emprunter des documents ?

Oui

Si oui, à quelle fréquence ?

Non

9 – Pour les adhérents/universitaires, visitez-vous régulièrement le portail Web de la MOT ?

- Dès que j'ai besoin d'une information sur le transfrontalier, je m'y rends

- Je n'y pense pas forcément

- je n'y ai jamais eu recours

10 – Pour les adhérents/universitaires, quelles pages visitez-vous le plus sur le portail web ? (prioriser et détailler)

	Adhérents	Universitaires/étudiants
La MOT		
Les ressources		
Activités européennes		
Actualités		
Espaces membres		

11 – Utilisez-vous déjà les différentes ressources de la MOT ?

- La newsletter ?
- La revue de presse ?
- La base de données regroupant les différents articles de presse ?
- Les ressources dédiées :
 - Cartes
 - Fiches juridiques
 - Dernières études de la MOT
 - Productions des groupes de travail
 - Actualités du réseau

Pouvez-vous préciser à quelle fréquence ?

12 – Pouvez-vous nous expliquer, en quelques mots, en quoi le centre de ressources de la MOT sera un plus pour vous ?