

2009 - Interview pour SerdaLAB à la suite de la publication de l'ouvrage « Le nouveau management de l'information »

Question 1: Vous venez de publier un ouvrage intitulé "Le nouveau management de l'information". Dans un environnement où les technologies Internet prennent de plus en plus de place, quels sont les nouveaux enjeux des entreprises en matière de gestion de l'information ?

Les entreprises doivent prendre en compte une question essentielle et jusqu'à maintenant peu traitée, qui est qu'une grande partie de l'information qui circule en leur sein est de nature informelle. Une étude menée auprès de plusieurs milliers d'employés américains indique qu'ils estiment à 25% seulement les connaissances issues de leur formation initiale qu'ils utilisent dans leur travail, 75% étant appris "sur le tas". C'est sur cette dernière partie qu'elles peuvent dégager une marge de progression et de nouveaux leviers de performance qui pourront se transformer en autant d'avantages concurrentiels. Cela tombe bien car les technologies pour "exploiter" l'implicite sont désormais disponibles pour les organisations. Il s'agit des blogs, wikis, réseaux sociaux, services de bookmarking social, de micro-blogging, ... En outillant naturellement la conversation dans les entreprises ils permettent de capter l'implicite bien mieux que la génération d'outils collaboratifs précédente.

Question 2: Comment voyez-vous l'avenir des professionnels de l'infodoc (en terme d'activité, de métier, de compétences, de positionnement....) ?

Je suis à la fois inquiet et optimiste. Inquiet car 5 ans après des innovations telles que les flux RSS il y a encore beaucoup de documentalistes et de veilleurs qui ne savent toujours pas les utiliser. Rien de grave en soi mais le fait est qu'à côté d'eux nombre d'employés, surtout les plus jeunes maîtrisent cette pratique et pensent pouvoir mener seuls leur veille. C'est sans doute vrai pour ce qui est de la surveillance de l'actualité au jour le jour, n'importe qui pouvant aisément mettre en place sa revue de presse personnelle (avec un sourcing qui risque toutefois d'être défaillant) Ca ne l'est plus du tout lorsque l'on passe à l'étape d'analyse de l'information qui nécessite qu'on y consacre du temps et des efforts. Je suis optimiste car nous avons les moyens de progresser à tous les niveaux du cycle de l'information. Nous devons savoir mieux chercher l'information qu'un employé non-documentaliste ou non-veilleur, mieux qualifier la source, mieux la valider, mieux la surveiller, mieux l'analyser et mieux la diffuser. Chacun de ces points est "outillable", Yahoo! Pipes permet par exemple d'industrialiser la veille RSS d'une manière impressionnante en ajoutant notamment des possibilités de traduction automatique des flux. On avait jamais eu d'outil gratuit aussi puissants pour faire de la veille, mais il demande toutefois un minimum d'apprentissage et c'est ici que nous devons faire l'effort qui va nous permettre de nous démarquer. Je crois par ailleurs qu'à partir d'un fond commun basé sur la connaissance des méthodologies et outils liés au cycle de l'information, nos métiers vont continuer à se spécialiser vers de nouvelles voies. Gérer les flux d'informations entrantes, en filtrer et rediriger le contenu en temps quasi-réel est l'une d'elles, manipuler les données semi-structurées issues du web pour être en mesure de les "faire parler" grâce à des outils de type "data mining" et en tirer des cartographies analytiques et/ou prédictives en est une autre, travailler à partir des contenus audios et vidéos toujours croissants accessibles sur le web en

est une troisième. L'animation de communautés n'est-elle pas nouvelle, notamment pour les veilleurs dont c'est une des bases du métier, mais le succès actuel de cette pratique la légitime a posteriori et peut permettre de mieux la reconnaître dans l'entreprise.

Question 3: Les perspectives d'emploi des professionnels de l'infodoc sont-elles bonnes ?

Question 4 : Quels seront les outils de demain ?

Je pense que les outils de demain seront mieux intégrés dans nos environnements de travail et se déclineront sous forme de plugins (extensions) à ajouter à ses outils métiers (traitement de texte, tableur, navigateur,...). C'est évidemment ce que propose déjà Mozilla avec Firefox ou son client de messagerie Thunderbird et je pense que cela va s'appliquer à d'autres outils. L'idée étant d'une part de pouvoir utiliser ceux dont on a besoin à partir de l'application que l'on est en train d'utiliser, de les contextualiser afin de ne pas perdre de temps en aller-retours et d'autre part d'y intégrer des fonctionnalités "sociales". Pouvoir choisir par exemple de publier un document Word sur un blog interne directement dans l'application, poser une question avec copie d'écran incluse d'un tableau Excel sur le Twitter interne de l'entreprise, ... En terme de fonctionnalités je pense que l'on va voir arriver bientôt trois types d'outils orientés utilisateur en entreprise, certains permettant de mieux gérer l'information temps-réel, d'autres l'information de type audio et video interne ou externe, d'autres encore pour effectuer les opérations de "data mining" et cartographie évoqués plus haut. Sans parler bien sûr des outils sociaux (2.0) déclinés pour l'entreprise (blogs, wikis, folksonomies, social bookmarking,...) et qui ont déjà commencé d'y entrer.

Question 5 : Quels conseils donneriez-vous aux professionnels de l'information qui souhaitent se repositionner ou aux jeunes diplômés ?

Le conseil que je leur donne toujours : soyez curieux! D'une curiosité saine qui pousse à toujours se poser des questions sur les sujets que l'on traite, à leur trouver des angles neufs et donc à être créatifs dans les réponses apportées. Mais aussi sur sa fonction afin de la faire évoluer, sur son métier afin de ne pas être "largué". La curiosité est la qualité première des professionnels de l'information, celle qui permet de se lancer dans l'exploration de ces territoires inconnus qui se multiplient de manière algorithmique. Dans un contexte difficile comme celui que nous vivons, cette curiosité et la créativité qu'elle génère doivent être mises au service de la recherche d'emploi et permettre d'explorer de nouvelles pistes mais aussi de se "vendre" différemment lors des entretiens d'embauche. Présenter les mêmes compétences que tous les autres professionnels de l'information n'a que peu d'intérêt, en revanche se démarquer en montrant des compétences ou des aptitudes encore rares (cf. question 2) ainsi que la volonté de les mettre en oeuvre est incontestablement un plus.