

Bibcamp communication : BULAC 1^{er} février 2016

ATELIER	THÉMATIQUE PRINCIPALE	3 sous-thèmes abordés successivement durant les 3 heures (1 heure par thème)
3	« Allô Houston ? » Mon premier public, c'est mon collègue	1. QUELLE DEFINITION, QUEL PERIMETRE, QUELS OBJECTIFS POURSUIVIS PAR LA COM. INTERNE ? 2. QUEL CONTINUUM OPERATIONNEL ENTRE COM. INTERNE ET COM. EXTERNE ? QUELS CIRCUITS, ORGANISATION, ACTEURS, INDICATEURS ? 3. LA COMMUNICATION EXTERNE AIDE-T-ELLE A ALIMENTER UN SENTIMENT D'APPARTENANCE ? CONTRIBUE-T-ELLE A VALORISER L'IMAGE DE NOTRE METIER ET A ACCOMPAGNER SON EVOLUTION ? APPUIE-T-ELLE LE ROLE DE LA COM. INTERNE ?

Synthèse n°1 : le périmètre de la communication interne

La définition du périmètre de la communication interne fait émerger des objectifs ambitieux allant de la simple circulation de l'information à l'affirmation d'une culture commune en passant par la conduite du changement. L'ensemble des participants ont ainsi défini deux types d'objectifs :

La communication interne permettant la circulation de l'information, au sein de l'établissement mais aussi de l'extérieur vers l'intérieur :

- Faire redescendre l'information
- Obtenir et diffuser de l'information sur l'environnement
- Avoir des retours sur des informations externes (demandes de retours de formations de la part des retours des cadres par exemple)

La communication interne pourvoyeuse ou facilitatrice d'une identité et d'une culture commune :

- Une communication qui engendre la cohésion (Une journée des personnels, newsletter)
- Dynamiser les équipes et créer du lien
- Une communication qui instaure la cohérence (respect des différents services, de l'organisation)
- Accompagnement au changement
- Affirmation d'une identité du SCD, voire d'une culture commune et d'une appartenance.

Afin de faire fonctionner cette communication interne, plusieurs types d'outils ont été évoqués :

- Des outils pour diffuser de l'information : Newsletter, Blog, CR diffusés, site web, intranet, supports print interne
- Des outils pour échanger : plusieurs niveaux de réunions (question de management)
- Des outils pour évaluer la communication interne : exemples d'audit et d'enquête de satisfaction sur la communication interne au sein d'un établissement.
- Outils pour s'exprimer : Moment de parole, moment entre formation et information ; journées du personnel, mais aussi certains types de réunions

La question de l'évaluation de certaines modalités de communication interne, comme les réunions plénières est revenue à plusieurs reprises. La limite entre l'information et la formation a été évoquée plusieurs fois, la simple diffusion de certains types d'informations un peu complexes ne suffisant pas, un accompagnement peut s'avérer indispensable, faisant ainsi basculer l'information dans la formation (même de premier niveau).

Certains types d'organisation sont apparus comme plus propices à la bonne circulation de l'information en interne, à l'instar des organisations transversales puisqu'elles permettent l'intervention de personnels appartenant à différents équipements (sections, bibliothèques...). .

Synthèse n°2 : Quel est le continuum opérationnel entre la communication interne et externe ?

La question du continuum opérationnel entre la communication interne et la communication externe a permis d'aborder les différents cercles concentriques de la communication. En raison de la diversité des établissements présents, un rappel sur les cercles et leur définition s'est imposé. Relève de la communication externe la communication à destination des étudiants, la communication interne ayant pour cible les personnels du service. A mi-chemin entre les deux, la communication à destination de l'université se présentant comme de la communication institutionnelle. Au sein de ces différents cercles, le rapport d'activité s'est avéré un outil biface. Ainsi le SCD de Lyon 2 a témoigné d'une proposition faite d'un rapport synthétique orienté vers les usagers, mais dans lequel les personnels ne se sont absolument pas retrouvés. Une version interne, plus étoffée a donc été proposée à destination des personnels du SCD. D'autres SCD, comme Reims ont fait une diffusion externe de leur rapport d'activité à partir du blog de la bibliothèque. Le rapport a également été présenté à la CAVU. D'autres établissements le présentent en conseil de la documentation. A l'inverse au sein de la communication institutionnelle portée par l'université, une place peut être réservée à la bibliothèque ou SCD dans le rapport d'activité de l'université.

La question de l'évaluation de la communication interne, évoquée à plusieurs reprises a pris tout son sens au moment de l'analyse du continuum entre communication interne et externe. Au-delà des données quantitatives que peuvent fournir des outils comme le site web ou l'intranet (nombre de vues, nombre de téléchargement), l'audit interne s'est avéré être la meilleure façon de mesurer la fluidité du circuit de communication. Le retour d'expérience d'audit utilisant des entretiens en petits groupes qui analysent les points bloquants et élaborent des pistes de travail pour définir des groupes de travail a permis d'avoir un retour sur un établissement qui avait pris la communication interne comme un sujet de travail en soit. Une évaluation plus qualitative

a très vite fait émerger le risque d'évaluer non la communication elle-même mais le management.

Au-delà des techniques même de communication, la reconnaissance des personnels et la considération, ont été identifiées comme des points cruciaux de la communication interne. Impliquant un récit interne à l'établissement, la communication interne relève beaucoup du partage. A travers ce prisme, les moments de convivialité, où les personnels se retrouvent, sont revenus à plusieurs reprises comme des lieux certes informels de la communication interne, mais incontournables.

Synthèse n°3 : Quel sentiment d'appartenance peut être véhiculé par la communication externe ?

La prise en compte de la communication externe modifie la perception même du travail par les personnels. La participation à des actions de communication, relevant de la valorisation documentaire par exemple, mais sous une autre forme, implique un « réflexe communication » (réflexe communication dès la rédaction d'une fiche projet par exemple).

LA COMMUNICATION EXTERNE CONTRIBUE-T-ELLE A VALORISER L'IMAGE DE NOTRE METIER ET A ACCOMPAGNER SON EVOLUTION ?

La question de la participation aux activités de communication externe comme moyen de mettre à jour, pour soi, l'image du métier de bibliothécaire est posée. La réponse n'est pas évidente pour tous. Perception d'un risque de tomber dans l'autosatisfaction/autoglorification du bibliothécaire. Contre-argument : les publications sur les collections sur Facebook, entraînent beaucoup d'engagement de la part des étudiants. Ce qui finit par créer de l'émulation dans les disciplines qui souhaitent mettre en avant leurs collections : caractère motivant pour les équipes qui se prennent au jeu. Et des équipes qui se mettent en état de savoir ce qui intéresse les étudiants.

Il en découle le besoin d'une charte rédactionnelle pour permettre à des collègues multiples de participer.

Trois tendances dans l'organisation de l'activité sur les réseaux :

1. ou une centralisation sur très peu de personnes avec souhait de professionnaliser la fonction en faisant évoluer les fiches de poste.
2. Ou une décentralisation sur de nombreuses personnes pour permettre au maximum de se saisir des évolutions de nos métiers
3. Ou un mix des deux

Limites entre service et communication : offrir des critiques littéraires cela serait un nouveau service

« Promotion des services et valorisation » : la com n'existe que par les activités des autres ?

Le service communication de la BU est un service support mais il est parfois perçu comme un service qui va contrôler l'activité des autres services et qui va régenter le travail des autres.

A noter que de nombreuses campagnes de com font changer la visibilité du métier des bibliothécaires en dehors de leur cercle. Faire attention au travers de la valorisation «entre nous » « ça n'intéresse pas les extérieurs » mais idée que donner une vision exacte de nos services joue un rôle de médiation sur ce à quoi sert la bibliothèque.

La communication sur le service permet de modifier petit à petit la perception de la bibliothèque et des bibliothécaires. « ***On devient une personne auprès des étudiants.*** »