

Ecole Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des
Bibliothèques – Site Grandclément

Laure LEFRANCOIS

**Les services que le Pôle de Ressources et d'Information
sur le Monde de l'Entreprise de la Bibliothèque nationale de France
pourrait proposer aux entreprises**

Projet Professionnel Personnel de bibliothécaire :
dossier d'aide à la décision

1999

Sous la direction de Madame Frédérique MONDON,
maître de conférences, tuteur pédagogique.

Conseiller Professionnel
Jean-Philippe LAMY
Direction du Livre et de la Lecture

Correspondante d'établissement
Françoise YON-CASSAT
Bibliothèque nationale de France

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
1. PRÉSENTATION DU PRISME AU SEIN DE LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE	7
1.1. Le contexte et l'environnement administratif du PRISME	7
1.2. Le PRISME, Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise	10
2. LES FONDEMENTS THÉORIQUES, LES PRINCIPES ET LES OBJECTIFS DE LA MISE EN ŒUVRE DE SERVICES AUX ENTREPRISES À LA BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DE FRANCE	12
2.1. L'inscription dans les missions de la Bibliothèque nationale de France	12
2.2. Les raisons de la mise en œuvre de services aux entreprises	13
2.3. La question du partenariat pour rendre des services aux entreprises	14
2.4. Le choix des services à rendre et leur tarification	16
2.5. Des écueils à éviter	17
2.6. La prise en compte nécessaire des lecteurs et de leurs besoins	18
3. LES EXPÉRIENCES DANS LE DOMAINE DES SERVICES AUX ENTREPRISES EN MATIÈRE D'INFORMATION	20
3.1. Les différentes expériences et leur cadre géographique	20
3.1.1. Des expériences françaises diverses	20
3.1.2. Les expériences anglo-saxonnes et scandinaves	22
3.2. Les collections et les services proposés par ces institutions	24
3.2.1. Des collections d'utilisation professionnelle	24
3.2.2. Les services les plus fréquemment proposés	25
3.2.3. Les principes régissant les services proposés	30
3.3. La question du droit d'entrée : quel public admis, quelle tarification ?	31
3.3.1. Une ouverture à un public généralement restreint	31
3.3.2. L'épineuse élaboration de la tarification	32
3.4. La question de la coopération	34
4. LA CONSTITUTION D'UN SERVICE DE RÉFÉRENCE DESTINÉ AU PUBLIC DES ENTREPRISES	35
4.1. Les conditions de mise en place d'un service de référence destiné aux entreprises	35
4.1.1. Le service de référence	35
4.1.2. La nécessité d'analyses préalables	36
4.1.3. L'insertion dans un réseau	37
4.1.4. Le « ciblage » du public	38
4.1.5. Le choix des services à proposer	39

4.2. L'évolution du métier de bibliothécaire	40
4.3. La publicité des services proposés.....	41
CONCLUSION	44
BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE	46

INTRODUCTION

La formation des bibliothécaires d'Etat stagiaires prévoit la rédaction d'un rapport portant sur un projet professionnel personnel. Ce dernier doit s'inscrire dans le cadre de l'établissement d'affectation, et prendre une forme prédéfinie : soit celle d'une gestion de projet, soit celle d'une analyse, appelée dossier d'aide à la décision.

C'est essentiellement la définition de son futur poste qui permet au bibliothécaire de choisir le sujet le plus en adéquation avec celui-ci. En effet, le sujet devant non seulement être personnel mais aussi professionnel, et se devant d'être un projet, il apparaît comme spécifique au poste du bibliothécaire.

Mon poste à la Bibliothèque nationale de France (BnF), au sein du département « Droit, Economie et Politique » et plus précisément du service « Droit, Publications officielles, Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise (PRISME) », m'a été présenté comme deux demi-postes. D'une part, il consistera à participer aux acquisitions dans le domaine du Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise, plus connu sous son acronyme de PRISME, et d'autre part, à contribuer aux acquisitions pour certaines des publications officielles.

J'ai choisi d'élaborer mon projet professionnel personnel (P.P.P.) en rapport avec l'éventuel développement du service très récent qu'est le PRISME de la BnF. En effet, le PRISME est à l'heure actuelle un fond au demeurant très complet et intéressant, mais pour lequel on peut envisager diverses possibilités de valorisation, et ceci de façon quelque peu originale par rapport à ce qui existe aujourd'hui en bibliothèque : proposer des services aux entreprises en matière de recherche d'information.

C'est sans doute l'existence de certaines interrogations dans le milieu des bibliothèques au sujet de l'information à apporter aux entreprises, et les conseils des personnes m'encadrant dans mon travail, qui m'ont poussée à réfléchir à cette question des formes de services que les bibliothèques sont en mesure de proposer aux entreprises.

En effet, l'information économique a acquis une importance capitale dans la société actuelle, et se développe constamment ; comme le fait remarquer David KAYE¹, les bibliothèques et le monde de l'information sont obligés de s'intéresser de plus près au secteur de l'information économique et de répondre à des demandes réelles dans le secteur.

¹ **KAYE David.** *Information and business : an introduction.* Londres : Library Association, 1991. xiii - 219 p.

Le P.P.P. devait donc nécessairement prendre en compte les expériences déjà entreprises dans ce domaine par d'autres bibliothèques, au besoin étrangères. Dès lors, il s'agissait d'analyser ce qui existait en la matière, pour pouvoir établir des propositions cohérentes avec mon établissement, la BnF. Cette volonté d'analyse pour une mise en œuvre éventuelle d'un semblable projet correspond au stade d'étude des possibilités, où on se demande si le projet est nécessaire et quels moyens utiliser. On s'inscrit donc bien dans le cas présent dans le cadre d'un dossier d'aide à la décision, d'une analyse qui se situe encore au stade de la théorie quant à une éventuelle réalisation, même si elle s'efforce de prévoir les éléments de mise en œuvre pratique.

De fait, certaines limites n'ont pu permettre à ce P.P.P. d'être précis sur certains détails ; d'une part, si une enquête à grande échelle pour connaître les besoins des entreprises était irréalisable, elle reste toutefois fortement préconisée par le présent dossier, et d'autre part, des incertitudes quant à la mesure du budget à allouer à ce projet ont réduit la portée de certaines propositions, comme une possible campagne de publicité à mettre en œuvre lors de la réalisation du projet.

Ce P.P.P. reste donc une analyse modeste, qui en appelle d'autres à partir d'éléments plus concrets, comme les moyens dont on dispose ; il convient sans doute de revoir les propositions de ce dossier avec un œil plus exercé à la pratique professionnelle que ne le permettent quelques mois de formation.

Proposition de plan

Avant même d'analyser les avantages et les inconvénients des différentes possibilités de mise en œuvre de services aux entreprises, il faut percevoir les contraintes ; cette définition de l'existant doit en effet être le préalable à la formulation de toute proposition. En préalable doit aussi se situer l'analyse des conditions de mise en œuvre, ce qui signifie percevoir les limites tant matérielles qu'en termes plus théoriques de missions et d'objectifs. On peut alors examiner les expériences menées ailleurs sur le même sujet, afin d'aboutir à une solution de mise en œuvre la plus adéquate possible.

Cela nous amène à reconnaître quatre étapes majeures dans l'élaboration de ce P.P.P. Tout d'abord, une première étape que l'on pourrait qualifier de diagnostic : la définition du PRISME,

de ses collections, mais aussi du Département Droit, Economie, Politique afin de situer l'existant dans son contexte, et de présenter le cadre de travail.

Dans une deuxième étape, il conviendra de donner les hypothèses de travail, ce qui revient à expliquer les fondements théoriques, les principes et les objectifs qui sous-tendent la démarche de recherche. Il s'agira de préciser ce qu'il convient d'écarter d'emblée et à quels critères doivent répondre les futures propositions.

La troisième partie de ce P.P.P. aura pour but de rendre compte des autres expériences en ce qui concerne les services aux entreprises dans le domaine de l'information. La présentation d'expériences préexistantes dans le domaine se fera tant au niveau national qu'international, notamment les nombreux exemples anglo-saxons, et concernera aussi bien les bibliothèques que les autres institutions ayant vocation à fournir ce type de services.

Enfin, quatrième et dernière étape, nous tenterons de formuler une proposition cohérente avec l'environnement existant, c'est-à-dire la BnF.

1. Présentation du PRISME au sein de la Bibliothèque nationale de France

1.1. Le contexte et l'environnement administratif du PRISME

Née de la fusion de l'ancienne Bibliothèque Nationale et de l'Etablissement public de la Bibliothèque de France, la Bibliothèque nationale de France² (BnF) déploie ses collections sur deux sites principaux.

Les nouveaux bâtiments du site François-Mitterrand / Tolbiac accueillent les collections d'imprimés et de périodiques, les documents audiovisuels et les documents informatiques, au terme d'une importante opération de déménagement.

Sur le site Richelieu, les collections de manuscrits, d'estampes et de photographies, les cartes et les plans, les monnaies et les médailles, les arts du spectacle et les collections musicales vont faire l'objet d'un redéploiement.

Au-delà d'un déménagement et d'une redistribution de ses collections dans l'espace, la création du nouveau bâtiment du site François-Mitterrand a permis de profonds changements.

Réparties sur deux niveaux, le Rez et le Haut-de-Jardin, les salles de lecture accueillent désormais non seulement les chercheurs mais aussi le grand public, et disposent de près de 2 000 places pour les chercheurs au Rez-de-Jardin, et 1 700 en Haut-de-Jardin.

Par ailleurs, elle déploie ses collections dans de nouvelles disciplines jusqu'ici insuffisamment représentées, en particulier les disciplines scientifiques, économiques et juridiques, et elle donne une importance accrue aux supports modernes de l'information (médias audiovisuels et électroniques). Enfin, elle exploite et développe les nouvelles techniques de communication en réseau pour offrir des services à distance.

La BnF est organisée autour de trois grandes directions et de quatre délégations appelées à prendre en charge des missions particulières d'intérêt collectif, transverses à l'ensemble des directions³.

La direction des collections est la direction scientifique qui a pour missions d'une part de collecter, cataloguer, conserver, enrichir dans tous les champs de connaissance le patrimoine national dont elle a la garde (collections françaises et étrangères) ; d'autre part, d'assurer l'accès

² Voir au sujet de la Bibliothèque nationale de France les différents ouvrages qui lui ont été consacrés, comme celui de **Bruno BLASSELLE et Jacqueline MELET-SANSON**. *La Bibliothèque nationale de France, mémoire de l'avenir*. Paris : Gallimard, 1996. 176 p. Collection Découvertes Gallimard : Histoire.

³ Les diverses informations sur la Bibliothèque nationale de France sont issues le plus souvent de documents internes, ou de publications de présentation de la BnF elle-même.

du plus grand nombre aux collections dans des conditions compatibles avec la conservation de ces collections ; et enfin de gérer le dépôt légal des documents autres que livres et périodiques.

Elle est composée de départements de collections, et comprend aussi un département de recherche bibliographique, réparti sur les deux sites. En ce qui concerne le site Tolbiac / François-Mitterrand, on distingue quatre départements thématiques auxquels s'ajoutent celui de l'Audiovisuel et la Réserve des livres rares : le département de Philosophie, Histoire, Sciences de l'homme ; celui de Droit, Economie, Politique ; celui de Sciences et techniques ; et celui de Littérature et Art.

Les départements ont tous pour mission : la collecte, le traitement intellectuel, la conservation, la mise à disposition et la valorisation des collections. Les départements gèrent leurs collections et leurs salles de lecture. Ils participent à l'élaboration de la politique de la direction des collections. Ils mettent en œuvre la politique de services au public, d'acquisition, de conservation, de coopération, de recherche et de valorisation en liaison avec les directions ou délégations concernées. Les départements constituent le niveau opérationnel de la direction des collections.

Le département Droit, Economie, Politique correspond à une orientation nouvelle de la BnF dans la mesure où il met en valeur des disciplines qui l'étaient beaucoup moins avant la naissance du site de Tolbiac-François Mitterrand et la réorganisation des services comme le droit. En ce qui concerne l'économie et la science politique, ces domaines se sont développés plus récemment avec une production essentiellement étrangère et de ce fait non reçue par le dépôt légal. A ces disciplines s'ajoutent des domaines qui leur sont complémentaires : les publications officielles, la presse et le Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise (PRISME).

Le département Droit, Economie, Politique, vise donc à rassembler dans un même lieu une documentation auparavant éparpillée dans des bibliothèques spécialisées, sans toutefois se substituer aux missions de ces établissements : il s'agit avant tout de couvrir les différents champs d'étude de ces disciplines et d'offrir ainsi des documents de référence et d'actualité tout en facilitant l'accès à des sources primaires telles que les publications officielles ou le fonds de presse que possède la BnF.

Le département comprend trois services : le service Droit, Publications Officielles, PRISME, le service Economie, Politique, Presse, et le service de la Conservation. Ce dernier est

transversal au département, tandis que les deux autres sont segmentés de façon thématique, ce qui n'est pas toujours évident en raison des sujets frontaliers à deux disciplines.

Le service Droit, Publications Officielles, PRISME, a constitué un fonds important, qui reste encore à exploiter et à valoriser, notamment dans le domaine des Publications Officielles étrangères.

Les collections du Haut-de-Jardin (en libre-accès en salle D) du département Droit, Economie, Politique abordent les problèmes du monde contemporain dans les domaines juridique, économique et politique. Elles privilégient la France, les pays de l'Union européenne, de l'OCDE, ainsi que les aires d'influence française. Les fonds proposés rassemblent à la fois des écrits représentatifs de l'état des disciplines, des textes de référence et des ouvrages de synthèse, en accordant une large part à la production éditoriale internationale.

Les collections sont réparties sur deux niveaux : la salle à proprement parler, et sa mezzanine, et s'élèveront à terme à 60 000 volumes et environ 600 titres de journaux et revues.

La salle regroupe trois disciplines majeures : l'économie, la science politique et le droit. Le fonds d'économie couvre l'histoire de la pensée économique, la conjoncture économique et sociale, les évolutions de l'économie ainsi que la gestion et la vie de l'entreprise. En science politique, les collections privilégient l'histoire des idées politiques, la sociologie politique, les relations internationales et l'analyse de la situation politique dans les différents pays. Quant aux collections de droit, elles traitent avant tout de la pratique juridique et du droit comparé, ainsi que de la jurisprudence, textes normatifs et grands traités juridiques.

En mezzanine, on trouve les publications officielles françaises, étrangères (pays de l'Union européenne, de l'OCDE et pays francophones principalement) et d'organisations internationales (ONU, FMI, UNESCO...), et le Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise (PRISME), qui propose des documents concernant les grands secteurs de l'activité économique et de la vie professionnelle : annuaires professionnels, études de marché, rapports d'activité d'entreprises, périodiques spécialisés. Le lecteur peut également obtenir des informations liées à des questions pratiques : formation professionnelle, création d'entreprise, associations, métiers, etc.

En Rez-de-Jardin, au niveau recherche, en salles N et O, les collections du département concernent des disciplines qui n'avaient bénéficié jusqu'à présent que de l'enrichissement du dépôt légal. La production éditoriale, essentiellement étrangère, est désormais plus largement représentée.

Les collections que l'on trouve en magasin sont héritées du site Richelieu, tandis qu'en libre accès le département a acquis un fonds important d'ouvrages de recherche spécialisés. A terme, ces collections atteindront près de 51 000 volumes et 800 titres de périodiques.

1.2. Le PRISME, Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise

Le PRISME, sigle dont les initiales recouvrent les termes de « Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise », est un fonds documentaire spécifique dont les collections comprennent essentiellement des études de marché, des annuaires professionnels, des documents sur les entreprises (rapports d'activité, fiches d'analyse financière, etc.) et des périodiques professionnels. Comprenant actuellement plus de 3.000 documents, et à terme prévoyant d'atteindre 7.000 volumes en libre accès, il s'adresse à un public diversifié, qui bien que majoritairement étudiant, est aussi constitué d'individuels, de professionnels et d'entreprises.

Les caractéristiques de ces documents et la diversité des lecteurs auxquels ils s'adressent ont amené à localiser cet espace uniquement en Haut-de-Jardin (mezzanine de la salle D) où les chercheurs doivent se rendre pour les consulter et bénéficier des outils d'aide à la recherche. En effet, le choix de la localisation en Haut-de-Jardin s'explique par le fait que le public auquel est destiné ce fonds n'est à priori pas un public de chercheurs, mais un public d'étudiants ou de professionnels, qui obtiendrait difficilement une accréditation pour se rendre au niveau recherche en Rez-de-Jardin. De plus, le fonds du PRISME est un fonds très coûteux, ce qui explique que l'on ne le double pas sur les deux niveaux de la BnF.

L'information que l'on trouve au PRISME est une information pratique et d'actualité, de type professionnel, sur les marchés et les acteurs de la scène économique. Pour faire face à la dispersion de cette information, les lecteurs ont à leur disposition des outils de référence professionnels : répertoires d'annuaires professionnels, bases de données ou de recueils statistiques, carnets d'adresses ou renseignements sur les lieux d'information et de conseil ...

Le PRISME donne accès à de l'information de plusieurs types. Les collections permettent tout d'abord d'étudier les secteurs d'activité économique, au moyen d'études de marché et de renseignements sectoriels sur le monde, l'Europe et la France, émanant de grands bureaux d'étude français ou étrangers et d'autres éditeurs commerciaux ou institutionnels, complétés par les références bibliographiques de la presse française et internationale. Près d'un millier d'études de ce genre sont à disposition du public.

De plus, le PRISME propose de l'information sur les pays étrangers et plus précisément sur les entreprises étrangères, par le biais notamment de toute la collection des Kompass étrangers, complétés par des éditions nationales ; toujours dans ce domaine de l'information sur les pays étrangers, on trouve aussi des documents analysant l'évolution des principaux secteurs d'activité, les conditions d'implantation et les interlocuteurs potentiels dans ces pays.

Par ailleurs, le PRISME recense près d'un millier d'annuaires professionnels généraux ou sur un secteur d'activité précis, environ cinq cent rapports d'activité des entreprises françaises cotées en Bourse et des principales entreprises étrangères, les synthèses et commentaires de grands analystes financiers concernant les entreprises françaises comme étrangères, sur papier et sur CD-Rom. De la sorte, le lecteur dispose d'une information large et complète sur les entreprises.

Enfin, la presse professionnelle, présente sous la forme d'environ deux cents périodiques économiques et professionnels, vient compléter ces collections.

A ces documents s'ajoute un espace thématique abordant certaines questions sur l'entreprise elle-même, comme la création d'entreprise, et sur les acteurs du monde économique, aussi bien individus que collectivités, notamment les questions relatives à la recherche d'emploi, les questions sur les métiers ou sur les associations.

Ainsi, la mezzanine de la salle D en Haut-de-Jardin regroupe un ensemble riche d'acquisitions variées. Toutefois, certains fonds des magasins relèvent aussi des orientations du PRISME, et on peut donc retrouver en Rez-de-Jardin :

- la presse professionnelle française, reçue par le dépôt légal, ainsi que les années rétrospectives de certains titres étrangers (notamment ceux qui figurent en Haut-de-Jardin) ;
- les annuaires professionnels ;
- certains documents d'entreprise : les rapports d'activité, documents administratifs, financiers ou publicitaires, catalogues de vente, et les lettres d'entreprise ;
- les éditions précédentes de documents accessibles à PRISME (études de marché, analyses sectorielles, monographies sur les entreprises, etc.) et les études similaires reçues par le dépôt légal mais non achetées pour le libre accès. Ces données rétrospectives peuvent compléter les documents du Haut-de-Jardin pour une recherche sur la stratégie d'une entreprise ou l'évolution d'un secteur sur le long terme.

Le PRISME, qui a été rattaché au Département Droit, Economie, Politique, a été créé avec la vocation de devenir une « bibliothèque d'affaires ». Cette idée d'infothèque, initialement

appelée « Service d'Information et de Documentation Economique et Juridique » (SIDEJ), s'est concrétisée dans l'attribution d'une salle spécifique, la mezzanine de la salle D du Haut-de-Jardin.

Cela supposait deux volets : d'une part, des services aux entreprises ; d'autre part, des fonds, d'où un rattachement aux collections du Département Droit, Economie, Politique et un basculement dans ce département.

Il a donc fallu définir les fonds, ce qui a posé le problème de la valorisation des collections. Il reste maintenant à définir l'aspect « services », comme par exemple une formation payante...

Le PRISME ne ressemble pas à une bibliothèque universitaire, il se rapproche plutôt du pôle « business » des bibliothèques anglo-saxonnes. Il s'agirait en fait de se rapprocher des Chambres de Commerce, et de dépasser le problème que posent souvent ces dernières en étant fermées à un large public.

2. Les fondements théoriques, les principes et les objectifs de la mise en œuvre de services aux entreprises à la Bibliothèque nationale de France

2.1. L'inscription dans les missions de la Bibliothèque nationale de France

Tout d'abord se pose la question de l'inscription du projet de la fourniture de services aux entreprises dans le cadre des missions de la BnF. Cela revient à analyser si l'information professionnelle fait réellement partie des missions de la BnF, et dans quelle mesure les entreprises font partie de son public. Pour cela, il convient d'examiner les textes sur les missions de la BnF pour voir si l'ouverture vers de nouveaux publics, vers ces publics spécialisés, est prévue.

C'est le décret n° 94-3 du 3 janvier 1994 portant création de la BnF qui précise dans le titre 1^{er} : « dispositions générales », article 2, les missions de cette dernière. Le deuxième paragraphe de cet article précise notamment que l'une de ces missions est « d'assurer l'accès du plus grand nombre aux collections, sous réserve des secrets protégés par la loi, dans des conditions conformes à la législation sur la propriété intellectuelle et compatibles avec la conservation de ces collections ». Ainsi, la BnF a pour vocation *d'assurer l'accès le plus large* au patrimoine documentaire national dont elle a la charge.

Par ailleurs, la Commission Européenne a rappelé dans une étude sur les bibliothèques publiques et la société de l'information⁴ quelles étaient les missions et quels devaient être les développements futurs des bibliothèques publiques, et au-delà l'avenir des bibliothèques dans leur ensemble. Ainsi, d'après cette étude, « le but ultime, dans le contexte de la société de l'information, est d'offrir l'accès à un type quelconque d'information à qui que ce soit, en tout moment et tout lieu ». Il est ajouté que la bibliothèque moderne est celle qui offre « des services traditionnels ainsi que les nouveaux services et les nouvelles technologies ⁵ ». Il s'agit de répondre aux besoins des utilisateurs dans le contexte de la société de l'information.

Une liste de ces nouveaux services a été établie par Jens THORHAUGE⁶, de l'association des bibliothèques danoises, et comprend notamment « les services d'information nouveaux : information locale (culturelle, politique, sociale, marché du travail), *information aux entreprises*, activités de *consultant en information* (recherche et sélection de l'information, valeur ajoutée par la bibliothèque) ».

Dès lors, ce qui est préconisé par la Commission européenne comme devant être l'avenir des bibliothèques publiques devient une véritable nécessité pour la BnF qui se veut une bibliothèque moderne, figure de proue pour les bibliothèques françaises.

2.2. Les raisons de la mise en œuvre de services aux entreprises

Si la question de l'inscription dans les missions de la BnF de tels services à destination des entreprises s'avère réglée par les textes officiels qui l'encadrent, reste la justification pour cette dernière de leur mise en œuvre : pourquoi choisir de proposer de tels services aux entreprises ?

En fait, la question de l'intérêt de ce type de services à l'heure actuelle est cruciale, puisqu'elle détermine pour les entreprises qui peuvent en bénéficier l'accès facilité à l'information et donc de meilleures armes face à ses concurrentes. Ainsi que le note Gilles Caron⁷ :

« Parce qu'elle doit tirer son épingle du jeu à l'échelle de la planète et que la compétition y est féroce, l'organisation doit utiliser des moyens qui lui permettent de se placer en situation permanente d'innovation et d'adaptation rapide aux attentes de ses marchés.

⁴ COMMISSION EUROPEENNE (DG-XIII/E/4). Sous la dir. de M. SEGBERT, préf. de Jean-Sébastien DUPUIT. *Les bibliothèques publiques et la société de l'information*. Luxembourg : Office des publications officielles des communautés européennes, 1998. XII-130 p.

⁵ *Idem*, p. VII et VIII.

⁶ *Ibid.* : voir notamment la contribution de : THORHAUGE Jens. Une vision fondamentale de la bibliothèque publique dans la société de l'information : son rôle, ses fonctions et ses services.

⁷ CARON Gilles. Du soutien au partenariat : La bibliothéconomie en devenir. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 2, p. 39.

Pour y parvenir, l'utilisation intelligente de l'information, à tous les niveaux, devient facteur de survie. Or celle-ci impose, compte tenu de son abondance et de sa spécialisation avancée, une appropriation collective qui implique la multiplication des acteurs, d'où un contexte organisationnel transformé. »

Il ajoute même que : « D'élément d'appoint occasionnel, la disponibilité ou non d'information de qualité devient dès lors facteur de réussite ou d'échec à la fois sur les plans professionnel et organisationnel. Bref, si l'information est et demeure le nerf de la guerre, ce qui est nouveau, c'est que la guerre ne se fait plus de la même façon et que, pour la gagner, il faut pouvoir utiliser intelligemment l'information⁸. »

Or, ainsi que le note Jacqueline Chocat⁹, « les entreprises très axées sur la productivité ne peuvent pas toujours (...) créer un service de documentation » qui leur permettrait d'accéder à l'information nécessaire. Elle insiste donc sur l'importance des relations qui doivent s'établir entre les bibliothèques¹⁰ et les entreprises, et qui permettraient de renforcer la vocation des bibliothèques « par une réponse à un besoin non encore clairement défini » et « par une économie de moyens ». Il est par ailleurs clair que même dans le cas où les entreprises ont un centre de documentation, elles ont rarement les moyens de se doter d'une documentation aussi riche, complète et diversifiée que le PRISME ...

Dans ce nouveau contexte, tous les organismes qui permettent aux entreprises d'obtenir un meilleur accès à l'information ont leur place, et à ce titre le PRISME peut trouver la sienne et s'intégrer à ce paysage. Pour cela, il lui faut aller au-delà du simple accès aux documents primaires.

2.3. La question du partenariat pour rendre des services aux entreprises

Il se pose encore la question du partenariat, de la coopération pour les services à rendre, afin de préciser la place de la BnF par rapport aux « offreurs » déjà existants en la matière, notamment les centres de documentation spécialisés destinés à ce public particulier que sont les entreprises.

S'inscrit-on « en concurrence » avec les centres de documentation et les bibliothèques qui proposent ces services, ou bien envisage-t-on une coopération ?

⁸ *Idem*, p. 40.

⁹ **CHOCAT Jacqueline**. *Les relations bibliothèques / entreprises*. S.l. : s.n., 1990. [Mémoire - ENSB]. 106 p.

¹⁰ Son analyse porte sur les bibliothèques des universités et des grandes écoles, mais peut être aisément élargie au département « Droit, Economie, Politique » de la BnF qui comporte de profondes similitudes avec une bibliothèque universitaire (fonds et public).

Gilles CARON, dans son article¹¹ paru dans le *Bulletin des bibliothèques de France* et justement intitulé : « Du soutien au partenariat : La bibliothéconomie en devenir », affirme que le partenariat est la seule issue possible pour l'avenir des bibliothèques. Ainsi qu'il le formule, « (...) le partenariat est au cœur de la vision nouvelle des services à rendre.¹² ». Si on s'inscrit dans une optique de coopération, l'intérêt de créer de nouveaux services, déjà existants ailleurs et ceci de façon performante, s'évanouit au profit de la création d'une véritable « plate-forme » d'orientation des lecteurs au profit d'autres sources d'information.

Cependant, il est peut-être souhaitable que la BnF produise des services ayant une valeur ajoutée par rapport à un simple « rassemblement » de documents, certes à la disposition du public, mais qui ne sont pas directement exploités. D'après Jean-Philippe LAMY qui s'est penché dans des articles publiés dans le *Bulletin des Bibliothèques de France*¹³ sur la question des services à fournir aux entreprises, la coopération, par exemple avec d'autres centres de documentation, est à exclure : il faut que la BnF soit productrice à 80 % des services qu'elle fournira aux entreprises, car sinon on tombe dans un système de « sous-traitance » qui est peu transparent pour le lecteur, qui rallonge les délais...

Toutefois, si la coopération peut s'avérer délicate en matière de services à rendre dans des délais brefs, il ne s'agit pas pour autant de mettre de côté les tentatives de coopération. Il est toujours souhaitable de pouvoir réorienter un lecteur vers d'autres lieux d'information en cas de nécessité, et de connaître les lieux indiqués aux lecteurs. Par ailleurs, rien n'empêche une certaine spécialisation ou du moins le développement de certaines collections ou services en fonction de ce qui existe déjà.

Néanmoins, ces prises de position au sujet d'une éventuelle coopération restent finalement assez théoriques ; il reste à voir si les autres bibliothèques, centres de documentation et autres sources d'information à destination des entreprises sont prêtes et accepteront de coopérer, ce qui n'apparaît pas comme très évident.

¹¹ **CARON Gilles.** Du soutien au partenariat : La bibliothéconomie en devenir. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 2, p. 38-43.

¹² *Idem*, p. 43.

¹³ Voir les deux articles suivants :

LAMY Jean-Philippe. Vers de nouveaux services dans les bibliothèques publiques. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1992, T. 37, n° 6, p. 54-61.

LAMY Jean-Philippe. Les bibliothèques et l'information économique. Une approche européenne. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.61-67.

2.4. Le choix des services à rendre et leur tarification

Il convient par ailleurs d'analyser la question des services à proposer aux entreprises. On peut ainsi dégager plusieurs axes de réponse :

- une offre d'information factuelle, avec une approche documentaire, nécessitant des outils de recherche et produits particuliers : recherche d'une information ou d'un document contenant une certaine information plus que la recherche d'un document en lui-même, repérable directement par le catalogue ;
- une offre diversifiée faisant largement appel aux nouveaux supports d'information (interrogation de bases de données en ligne, CD Rom...);
- des modalités de mise à disposition de l'ensemble des collections du département adaptées à un public peu ou mal habitué à des recherches en bibliothèques.

Cependant, certains risques doivent être signalés. Tout d'abord, on se trouve confronté au danger d'une bibliothèque à deux vitesses ; cela implique de veiller à la cohérence du niveau de service fourni aux professionnels avec celui offert au grand public, ou tout au moins de ne pas léser de publics qui pâtiraient de l'affectation de crédits pour les services aux entreprises.

Par ailleurs se pose le problème du coût de tels services : doivent-ils être facturés au strict coût, doit-on envisager des bénéfices à reverser à d'autres services, ou peut-on envisager de fournir une information gratuite dans un but d'aide et de soutien au développement économique d'entreprises incapables d'obtenir l'information autrement ? S'inscrit-on dans la perspective de l'accès pour tous à l'information (aide aux petites entreprises en difficulté, voire aux étudiants) ou dans celle d'un nouveau service à but plus ou moins lucratif ?

On constate que de multiples perspectives se dégagent en matière de tarification, qui orientent clairement la philosophie du fonctionnement du service qui offre ces prestations et qui dépendent essentiellement des missions de ce service.

Cependant, on ne peut réduire l'analyse à une dichotomie simpliste opposant le service public, qui serait gratuit, à l'organisme privé à but lucratif. La question de la tarification pour un service public doit prendre en compte la nécessité de ne pas faire porter les coûts de ce type particulier de services à l'ensemble de la communauté.

Ainsi que le relève Jacqueline Chocat, qui s'est penchée sur la question du développement des relations entre bibliothèques universitaires et entreprises, le financement repose sur les ressources issues de la collectivité de tutelle, sur le droit d'entrée des entreprises assimilable à une

carte de lecteur, sur la facturation des services utilisés et sur la mise en place de contrats entreprises/bibliothèques.

La facturation des services utilisés se justifie par le fait que les entreprises sont des organismes à but lucratif, et explique que tout service documentaire soit payant pour les entreprises ; cette facturation doit selon Jacqueline Chocat être fonction du degré d'élaboration de l'information. Cette proposition ne résout cependant pas la question de l'évaluation du coût de tels services, qui reste quelque peu aléatoire ; s'agit-il de mesurer le temps consacré à la recherche et son coût horaire, le coût d'acquisition d'un document ou de consultation d'une banque de données, ou l'évaluation globale par comparaison avec ce qui se fait sur le marché ?

Toutefois, il paraît difficilement envisageable de facturer un service à une catégorie d'utilisateurs, les entreprises, et de ne rien facturer à une autre catégorie sans doute intéressée, les étudiants ou stagiaires. Cela implique d'opérer un choix radical : si le fonds est ouvert à tous les lecteurs ayant leur carte, les services particuliers à mettre en œuvre auront vocation à être strictement destinés au monde professionnel.

Cette suggestion a le mérite de ne priver en rien les lecteurs actuels, qui auront toujours accès à des collections riches et professionnelles. Elle ne fait qu'améliorer ce que propose déjà la BnF.

2.5. Des écueils à éviter

D'après Dominique AROT¹⁴, du Conseil supérieur des bibliothèques, « limiter l'action de la bibliothèque à une prestation de service, c'est entrer dans la logique et la spirale du paiement à l'acte, largement contradictoire avec la philosophie du service public et la défense de la curiosité intellectuelle. » Il cite d'ailleurs en l'approuvant pleinement Martine Poulain¹⁵ qui a écrit que : « Si, un jour, les bibliothèques ne devaient se concevoir que comme des espaces d'information, elles auraient signé elles-mêmes leur arrêt de mort ».

Il s'agit donc de ne pas faire du PRISME un service de fourniture d'informations exclusivement réservé aux entreprises, et qui ne soient que des réponses à des besoins d'information ponctuelle. Mais le fait qu'il existe déjà un fonds important, dans une salle ouverte à tous, permet de dire que cet aspect « services » ne serait qu'un complément, une forme de mise

¹⁴ **AROT Dominique.** Politiques documentaires et politiques de collections. Raison et passion. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1999, T. 44, n°2, p. 88-91.

¹⁵ Cité en page 90 du précédent article, avec pour référence : Conclusion de la journée d'étude sur les acquisitions dans les bibliothèques publiques. *Bulletin d'informations de l'Association des Bibliothécaires français*, 2^e trim. 1997, n°175, p. 62.

en valeur de ces collections, une manière de mieux répondre aux besoins du public. En cela, le PRISME se distinguerait bien des institutions existantes dédiées exclusivement, ou quasiment, aux questions des entreprises.

C'est ce que font remarquer Marie-Hélène KOENIG et Bernadette RIBAUT dans leur article¹⁶ sur la Médiathèque des Entreprises de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette : ces organismes publics ou privés que sont les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Agences Régionales pour l'Information Scientifique et Technique (A.R.I.S.T.), les consultants, etc., se situent « en aval » dans la chaîne documentaire, « et proposent des produits élaborés, spécifiques, mono-clients, prenant en compte la globalité du besoin, ce qui peut conduire à un audit, une expertise, voire des solutions « clé en main ».

En tant que service d'une bibliothèque publique, la Médiathèque des entreprises se situe plus en amont, dans la première phase de la chaîne documentaire, celle de l'accès et de la collecte de l'information. (...) Les missions de service public de l'établissement lui assurent une légitimité, par la contribution apportée au tissu économique local, régional, voire national. (...) [E]lle reste l'un des multiples services de la Médiathèque. La dimension commerciale ne fait que cristalliser la préoccupation de tout service d'information documentaire : l'adéquation la plus fine d'une offre aux besoins des utilisateurs. »

Selon Marie-Hélène Koenig et Bernadette Ribaut, l'exemple de la Médiathèque des Entreprises de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette résume bien l'évolution nécessaire des bibliothèques vers une prise en compte accrue des demandes des publics : « La création d'un service comme la Médiathèque des entreprises au sein d'une médiathèque publique illustre sans doute le changement de paradigme que vivent les bibliothèques depuis plusieurs années. C'est celui du passage d'une offre centrée sur les collections à celle d'une offre centrée sur les services aux publics.¹⁷ »

2.6. La prise en compte nécessaire des lecteurs et de leurs besoins

Certes, ainsi que le fait remarquer Frédéric SABY¹⁸, « c'est d'abord la collection qui fonde la bibliothèque » ; mais il ajoute que la réaffirmation de l'idée de collection fait de la

¹⁶ KOENIG Marie-Hélène, RIBAUT Bernadette. La Médiathèque des entreprises. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p. 60.

¹⁷ *Idem*.

¹⁸ SABY Frédéric. Faut-il refonder la bibliothéconomie ? *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n°2, p. 23.

bibliothéconomie « un ensemble de techniques (...) articulées sur un savoir-faire professionnel qui évolue vers un ensemble de services qui placent le lecteur (ou l'utilisateur), et non plus le seul document, au centre du processus d'accès au document ».

Il s'agit de prendre en compte l'évolution générale des services publics, qui depuis la fin des années 1980 avec notamment la circulaire Rocard, sont appelés à se moderniser et à améliorer leurs relations avec l'utilisateur.

Ce projet correspond en fait à la problématique de la qualité, ainsi que le font remarquer Anne Mayère et Florence Muet dans un article¹⁹ sur la démarche qualité. Selon elles, la « démarche qualité » qu'elles définissent comme « l'ensemble des actions que met en place une organisation pour assurer sa mission et atteindre la satisfaction du public »²⁰, permet de contribuer à l'amélioration du service public, dans un souci d'efficacité renforcée. Elles font donc l'analogie entre la qualité et le marketing ; un principe de ce dernier énonce que la mission de toute organisation est de s'adapter aux attentes et aux comportements de son public.

De même, « la qualité n'est pas définie par rapport à des références internes à la bibliothèque, strictement techniques ou professionnelles, mais bien par rapport au degré d'adéquation aux besoins des usagers. La définition de la qualité est très explicite en ce sens : « *La qualité est l'ensemble des caractéristiques d'une entité qui lui confère l'aptitude à satisfaire les besoins exprimés et implicites* » (norme ISO 8042) ». Elles ajoutent que la qualité n'est pas définie en soi, « mais comme une démarche adaptative visant à la satisfaction d'un besoin »²¹.

Il convient donc d'identifier les besoins des usagers pour pouvoir définir l'offre de la bibliothèque. Cela ne doit cependant pas remettre en cause les impératifs de service public, ni l'intérêt général lui-même ; il s'agit donc en fait de trouver un équilibre entre prise en compte des demandes de l'utilisateur et impératifs de service public.

L'utilisateur reste de toutes façons au centre du service fourni par la bibliothèque, en cela que l'expression de sa demande conditionne le résultat du service fourni. A ce titre, l'utilisateur est partie prenante de l'élaboration du service rendu.

Cependant, l'analyse des besoins des usagers « entreprises » est difficile à faire ; une enquête systématique et à grande échelle se heurte à des difficultés de réalisation faute de moyens, tandis que le choix d'un échantillon représentatif présente l'inconvénient de ne pas être généralisable et d'apparaître comme subjectif. De plus, une enquête portant sur de futurs services,

¹⁹ **MAYERE Anne, MUET Florence.** La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information. Conception et spécificités. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1997, T. 43, n°1, p.11-19.

²⁰ *Idem*, p.12.

²¹ *Ibid.*, p.14.

au caractère encore éventuel, orientera nécessairement les réponses fournies ; en effet, soit l'on demande quels services intéresseraient les entreprises interrogées, et dans l'ignorance de ce qui peut se faire, leurs réponses resteraient partielles ; soit on propose une liste de services et dans ce cas on oriente dans une certaine mesure les réponses. Cette méthode reste cependant la moins mauvaise à mettre en œuvre.

3. Les expériences dans le domaine des services aux entreprises en matière d'information

3.1. Les différentes expériences et leur cadre géographique

Lorsque l'on se penche sur des expériences que l'on souhaite éventuellement reproduire, il convient de les replacer dans leur cadre d'origine, ce qui signifie prendre en compte non seulement le contexte géographique, donc le pays et sa culture, mais aussi le cadre d'existence juridique, c'est-à-dire en fait les missions et les moyens dont dispose l'institution analysée. En effet, certaines propositions en apparence séduisantes ne doivent pas faire oublier qu'elles bénéficient soit d'une culture favorable aux entreprises ou aux services facturés, soit de moyens propres assez importants.

3.1.1. Des expériences françaises diverses

On constate qu'il existe assez peu **d'expériences émanant de bibliothèques** en France ; ces expériences restent assez marginales, et sont souvent nées d'actions à caractère quasi politique, ou bien ont vu le jour en raison de leurs spécificités.

Ainsi, la Médiathèque des Entreprises²², ouverte en 1996 au sein de la Médiathèque de la Cité des Sciences et de l'Industrie à La Villette, soit dix ans après l'ouverture de cette dernière, a pu se baser sur le fait que la Médiathèque de La Villette accueillait déjà un public en partie professionnel, intéressé par les ressources dans les domaines scientifiques et industriels. Par ailleurs, la Médiathèque étant un établissement public industriel et commercial, elle avait déjà vocation à travailler dans un contexte commercial. Aussi la naissance de la Médiathèque des

²² **KOENIG Marie-Hélène, RIBAUT Bernadette.** La Médiathèque des entreprises. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.56-60.

Entreprises, et l'apparition de ses services facturés aux entreprises, n'avait rien de choquant sur le plan théorique du respect des missions.

Quant à l'Infothèque du Pôle Universitaire Léonard de Vinci, à Paris La Défense, ouverte depuis le 4 septembre 1995, c'est sans doute son environnement qui a joué en faveur de la création de services aux entreprises : d'une part, l'environnement institutionnel, la bibliothèque étant celle d'une faculté riche, la fameuse « fac privée Pasqua » financée par le Conseil général des Hauts-de-Seine, et d'autre part l'environnement économique, celui du quartier d'affaires de La Défense. L'Infothèque se présente aujourd'hui comme le premier centre d'information scientifique et économique ouvert aux entreprises du site.

Tout d'abord a été créé un centre d'information pédagogique pour les étudiants et les enseignants du pôle, puis l'Infothèque a choisi de développer une offre de services destinée aux 3.000 entreprises présentes sur le site et dans le département²³. L'Infothèque ne cache pas qu'elle cherche à rentabiliser un équipement coûteux et d'avant-garde sur le plan informatique.

Le cas de la Bibliothèque de l'Université Technologique de Compiègne (B.U.T.C.) est lui aussi à part, en cela qu'elle est destinée à un public déjà quasiment professionnel, celui des étudiants élèves ingénieurs de cette université. Elle est Pôle associé de la BnF en matière de technologie et sciences de l'ingénieur. Du fait des relations déjà existantes entre les étudiants et les entreprises, et la volonté de l'université de les renforcer encore, le choix du développement d'un fonds plus particulièrement axé sur les entreprises a semblé normal.

Enfin, la mise en avant des services proposés aux entreprises par la Médiathèque d'Issy-les-Moulineaux a pour sa part correspondu à une volonté politique de la commune d'en faire une vitrine, destinée à rendre aux entreprises plus attractive une implantation sur les sols de la commune.

Très différentes sont **les expériences menées par d'autres institutions que les bibliothèques**, qui sont essentiellement les Chambres de Commerce et d'Industrie (C.C.I.), ainsi que les institutions qui leur sont liées comme les Agences Régionales pour l'information scientifique et technique (ARIST) ; on peut aussi citer le Centre Français pour le Commerce

²³ GAUTHERON Isabelle. Infothèque, de l'aide au chercheur d'emploi au service des entreprises. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.46.

Extérieur (C.F.C.E.), qui dispose d'une médiathèque et de trois centres de documentation spécialisés. Les C.C.I. sont là pour aider les entreprises, avec lesquelles elles sont intrinsèquement liées. Elles ne se positionnent d'ailleurs pas comme des fournisseurs d'information, mais comme des soutiens pour le développement des activités des entreprises, dont l'information fait partie. Ainsi, dans les présentations des services de documentation des C.C.I., ce n'est généralement pas le terme d'information qui est mis en avant, mais davantage la démarche de l'entreprise. On note dans les présentations des propositions de type : « s'implanter à l'étranger », « vos solutions à l'export » ou à « l'investissement »...

Ainsi on peut citer le Service d'information économique et juridique internationale²⁴ de la C.C.I. de Lyon qui se présente comme le service permettant de disposer de l'ensemble des données internationales « pour réussir de façon durable sur les marchés étrangers ».

On peut donc dire que, dans une certaine mesure, l'offre de services est proposée de façon à formuler et anticiper la demande, à partir des questions les plus courantes mais aussi en fonction du fonds développé. En fait, il ne s'agit pas tant de fournir une information pertinente que des « solutions » performantes.

Les moyens dont disposent les C.C.I. sont d'abord financiers et humains ; financées par les taxes payées par les entreprises, mais surtout par une tarification élevée, elles s'inscrivent entièrement dans le système de satisfaction du client, même si elles répondent à des exigences de service public, ce qui explique qu'elles rédigent par exemple des chartes de qualité.

3.1.2. Les expériences anglo-saxonnes et scandinaves²⁵

C'est en Grande-Bretagne que sont apparus les premiers services d'information commerciale en bibliothèque à destination des entreprises. On les retrouve sous la dénomination de BIS : Business Information Service ou BUS : Business Users Service, et le plus généralement ce sont des sections des services de référence à vocation générale. Ainsi, le Business Information Service de la British Library à Londres fait partie du département : Science Reference and Information Service.

C'est surtout en Ecosse, dans les zones industrielles, que l'on trouve des Business Information Services en place depuis déjà de longues années. L'exemple le plus important est

²⁴ **CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LYON.** Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon : Mode d'emploi. *Supplément de l'Activité Economique*, janvier 1999, n°138, 24 p.

²⁵ Se reporter au sujet des expériences étrangères à la bibliographie de ce P.P.P., aux rubriques sur les différentes expériences, et notamment au compte-rendu de la conférence de Würzburg, qui présente de nombreuses expériences à l'étranger : **BIBLIOTHEKARISCHE AUSLANDSSTELLE. Kulturstiftung der Länder aus Mitteln des Bundesministeriums des Innern.** *Proceedings des internationalen Seminars 1997 : Business Information. Internationale Seminar « Business Information » in der Akademie Frankenwarte in Würzburg 29. Juni – 4. Juli 1997.* S.l. : s.n., s.d. 363 p.

celui du Scottish Business information service, à la Scottish Science Library de la Bibliothèque nationale d'Ecosse, qui propose des recherches détaillées et une grande variété de services à valeur ajoutée, moyennant des frais à la charge du lecteur.

Ainsi, les bibliothèques britanniques ont depuis de nombreuses années imposé l'idée de services payants à destination des entreprises. Citons à titre d'exemple le Business Users Service de la Mitchell Library de Glasgow²⁶, né à la fin des années 1980, qui est le seul service des bibliothèques de Glasgow qui ne soit pas gratuit ; les services sont facturés, et spécialement ceux à valeur ajoutée, selon le temps passé à la recherche et les frais d'interrogation de bases de données en ligne ou sur CD-Rom. L'objectif était de promouvoir l'économie de la ville de Glasgow par un service personnalisé aux compagnies et aux entreprises. Au début, les clients étaient essentiellement des PME-PMI, mais à l'heure actuelle, de grandes entreprises ou compagnies sont devenues clientes.

Aux Etats-Unis, c'est le « Business Reference Services » de la Bibliothèque du Congrès, au sein du département « Science, Technology and Business », qui se révèle le plus performant et le plus utilisé. Mais nombreuses sont les bibliothèques publiques, à New York ou Los Angeles par exemple, qui ont elles aussi des services d'information à destination des entreprises. De même, les bibliothèques des grandes écoles de commerce américaines proposent souvent une ouverture à destination du milieu professionnel.

Par ailleurs, en terme d'expériences dans le domaine des services d'information à destination des entreprises, on peut se reporter aux bibliothèques scandinaves, qui ont mis en avant ce type de services. Ainsi, le réseau des bibliothèques municipales de Copenhague a mis en place un service à destination des petites et moyennes entreprises, des entrepreneurs et de ceux ayant besoin « d'informations d'affaires », pour reprendre les termes de leur présentation en langue française²⁷. Il propose sur place ou à distance des copies de lois danoises et de documents juridiques communautaires en vigueur, des tirages de bases de données danoises et étrangères, des articles de revues et de journaux, ainsi que le suivi des appels d'offres publics.

²⁶ **BONNIN Jean-François** (BM de Saint-Etienne). *The Mitchell library (Glasgow) – 30 mars-3 avril 1992*. Comptendu de stage, Direction du livre et de la lecture, Département des bibliothèques, Bureau de la formation et des qualifications : « Les *reference services* en Grande-Bretagne », 14 p.

Voir aussi : **VEYRON Franck**. *Le réseau de lecture publique de la ville de Glasgow (Ecosse) : une brève présentation*. Mémoire de stage de diplôme de conservateur : ENSSIB (Villeurbanne), 1995. p. 40.

²⁷ **VILLE DE COPENHAGUE**. *Bibliothèques municipales de Copenhague*. [on-line]. Version française. Available from internet : <URL : <http://www.kkb.bib.dk/s15p3.htm>>

3.2. Les collections et les services proposés par ces institutions

3.2.1. Des collections d'utilisation professionnelle

On retrouve généralement dans les présentations des collections par les institutions qui proposent des services aux entreprises certains grands domaines, parmi lesquels : les études de marché sectorielles, les répertoires d'entreprises, les rapports d'activité annuels, et la presse économique.

Si l'on examine par exemple les collections de l'Infothèque Léonard de Vinci telles que cette dernière les présente, on constate que les fonctions de l'entreprise ainsi que son environnement juridique, économique et politique y sont représentés : management, ressources humaines, économie, finance, marketing, commerce international, droit des affaires... Les collections comprennent donc des bilans comptables d'entreprises, des rapports annuels de groupes, d'études sur les acteurs clé et les tendances d'un marché, des documents sur les modalités d'implantation d'une entreprise française à l'étranger, sur le commerce électronique ou les enjeux de l'Euro.

Les sources d'information sont réparties sur divers supports :

- des monographies, en ce qui concerne par exemple les études de marché sectorielles de type Dafsa,
- des périodiques plus ou moins spécialisés,
- des CD Rom, notamment pour les répertoires d'entreprises françaises ou étrangères comme les Kompass ou Diane,
- l'accès à des serveurs, par exemple le serveur Maid.

A ces documents viennent s'ajouter ceux élaborés par l'institution qui propose les services aux entreprises, telles les revues de presse spécialisées.

On retrouve clairement ces caractéristiques dans la présentation que la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (C.C.I.P.) fait de ses deux centres de documentation économique²⁸. Le centre de documentation Friedland, qui est davantage centré sur les " produits, marchés, secteurs d'activité " recense environ 2 000 annuaires professionnels français et étrangers, 800 revues économiques françaises et étrangères dont 250 en libre service, 1 200 rapports annuels d'entreprises, 300 000 ouvrages, des analyses sectorielles, une documentation législative et

²⁸ **CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS.** *Information économique et commerciale.* [online]. Paris : Chambre de commerce et d'industrie de Paris, [visité le 29 mars 1999]. Available from internet : <URL : <http://www.ccip.fr/die/somm2.htm>>

juridique (codes, recueils de jurisprudence), les publications de la C.C.I.P., et le CD-Rom CD-Export. Le centre de documentation Bourse de Commerce, pour sa part axé sur les « création et transmission d'entreprise », compte plus de 700 annuaires professionnels et étrangers, 150 catalogues de salons professionnels, 60 revues économiques, 200 rapports annuels d'entreprises, les publications de la C.C.I.P., et s'occupe des veilles sur la concurrence et des dossiers documentaires.

L'ajout de valeur à ces fonds très spécialisés vient généralement de l'existence dans la bibliothèque ou le centre de documentation d'autres collections, susceptibles d'intéresser les entreprises.

Ainsi, la Médiathèque des Entreprises présente ses ressources documentaires propres, qui se composent d'une sélection d'analyses sectorielles, d'études de marché, d'annuaires professionnels, de revues économiques et professionnelles, de lettres spécialisées, et précise qu'à ces ressources viennent s'ajouter celles de la Médiathèque dans son ensemble.

De la même façon, le Scottish Business information service, de la Scottish Science Library de la Bibliothèque nationale d'Ecosse, met en avant son appartenance à une grande bibliothèque disposant donc de très riches fonds. En effet, il se présente comme un service de la bibliothèque écossaise de Sciences, elle-même département de la Bibliothèque nationale d'Ecosse, disposant à ce titre « des vastes ressources de la plus grande bibliothèque dans tous les domaines scientifiques, de l'information sur le monde de l'entreprise et de l'information technique »²⁹.

3.2.2. *Les services les plus fréquemment proposés*

En ce qui concerne les services les plus fréquemment proposés aux entreprises, on relève :

- la consultation de documents dans un cadre réservé

On note généralement que les bibliothèques et autres institutions non seulement consacrent une salle pour la consultation de ces collections spécialisées, mais que l'entrée en est souvent contrôlée, réservée à une certaine catégorie de lecteurs³⁰.

Ainsi, la Médiathèque des Entreprises propose de « consulter une documentation spécialisée, dans une salle de lecture réservée. Chaque entreprise abonnée dispose de cinq cartes « entreprise » qui permettent l'accès à cette salle, d'une carte de copie et d'une carte de téléphone pour pouvoir utiliser l'équipement en libre service ». La salle est équipée de postes de consultation de CD-Roms, d'un Minitel, d'une photocopieuse, d'un téléphone et d'un télécopieur.

²⁹ NATIONAL LIBRARY OF SCOTLAND, SCOTTISH SCIENCE LIBRARY. *The Scottish business information service*. Plaquette de présentation, 4 f (traduction personnelle).

³⁰ Au sujet des publics admis, voir la partie 3.3.

- la fourniture de documents

Deux situations se présentent, et sont quasi exclusives l'une de l'autre : soit les documents peuvent être empruntés, soit ils sont à la vente.

En effet, certains services proposent, conformément aux règles de l'ensemble de leur établissement, l'emprunt de documents de leurs collections spécialisées pour les entreprises. La Médiathèque des Entreprises propose même d'emprunter des documents sans se déplacer. Avec les cinq cartes « entreprise » que procure l'abonnement, 25 documents (livres ou revues) peuvent être empruntés pendant trois semaines ; ces documents peuvent être livrés si l'entreprise le souhaite, et le prêt peut être prolongé par téléphone.

D'autres services proposent pour leur part la vente des documents, généralement il s'agit des Chambres de Commerce et d'Industrie. Ainsi, le Service Informations Economiques, au sein de la Direction de l'Information des Entreprises de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon, propose des produits de librairie (notamment de celle du Centre Français du Commerce Extérieur), ou la vente d'étude sectorama sectoriel DAFSA à 200.00 F TTC ou d'étude panorama sectoriel XERFI à 422.10 F TTC pour la collection 1998 et à 663.30 F TTC pour la collection 1999. On peut aussi citer le cas du C.F.C.E., qui vend de nombreuses études de marché, notamment via le minitel et via son serveur web.

Dans un cas comme dans l'autre, le service de fourniture de documents est celui qui est le plus utilisé et le plus demandé par les entreprises³¹ ; mais cette affirmation doit être nuancée par le fait que les entreprises méconnaissent les autres possibilités de services. Il n'en reste pas moins que c'est l'information brute qui est la plus demandée.

- les dossiers de presse spécialisés

Le service de mise à disposition de dossiers de presse spécialisés apparaît comme séduisant, ainsi l'infothèque du Pôle Universitaire Léonard de Vinci propose des revues de presse spécialisées sur le contrôle de gestion, le marketing, la logistique. Cependant, cette solution pose un problème juridique quant au droit de copie et de diffusion des articles sélectionnés.

- l'assistance à la recherche

Ce service est parfois proposé, prenant différents sens. D'une part, il s'agit d'assistance à proprement parler en termes de recherche : une personne du service explique au lecteur comment s'y prendre ou effectue une démonstration de recherche. D'autre part, il englobe parfois la recherche elle-même, dans le cas où le lecteur donne des indications sur ce qu'il veut et où le personnel fait la recherche.

³¹ Voir notamment l'étude de cas et les tableaux des services utilisés par les entreprises in : **CHOCAT Jacqueline**. *Les relations bibliothèques / entreprises*. S.l. : s.n., 1990. [Mémoire - ENSB]. 106 p.

La Médiathèque des Entreprises de La Villette propose par exemple « de l'assistance dans la recherche d'information, à la fois sur place (orientation dans la recherche ou assistance pour l'utilisation de l'équipement en libre service) et à distance, pour répondre à des questions ponctuelles ».

La C.C.I.P. propose elle aussi une « recherche assistée », qui est une recherche personnalisée sur le sujet d'intérêt du client, et la sélection d'une douzaine de références d'articles et ouvrages extraites de la base de données interne de la C.C.I.P., au coût de 80 FF en plus du droit d'entrée initial.

- dépouillement et suivi de certains périodiques

Le cas le plus représentatif de ce type de services est celui des C.C.I., qui alimentent une base appelée Delphes dans laquelle elles dépouillent des revues économiques et financières.

Généralement, les bibliothèques n'alimentent pas elles-mêmes les bases d'articles indexés ; il s'agit davantage de l'utilisation de bases achetées, comme *ABI Inform*, qui indexe et résume environ 1 000 journaux dans le domaine des entreprises, et qui est souvent proposée par les bibliothèques anglo-saxonnes telle la Business Library de l'Université de l'Etat de l'Ohio³² ou celle de l'Université de l'Australie occidentale³³.

- l'organisation de réunions, de groupes de travail sur certains thèmes

On peut citer le cas du Service d'information économique et juridique internationale à la C.C.I. de Lyon ainsi que celui du C.F.C.E., qui organisent des réunions d'information collectives sur les questions économiques et juridiques, internationales et communautaires.

La Médiathèque des Entreprises à La Villette propose pour sa part « d'échanger des informations » en organisant « des rencontres avec des personnalités du monde industriel et économique sur des sujets d'actualité ».

De même à Glasgow, le Business Information Service de la Mitchell library organise des séminaires au sein de la bibliothèque.

- la veille documentaire

Cette activité coûteuse dans la plupart des cas est de plus en plus mise en avant. Ainsi, la C.C.I.P. a collaboré à la création en 1997 d'un mastère en intelligence scientifique et économique à l'Ecole supérieure d'ingénieurs en électrotechnique et électronique ; d'après la responsable du

³² **THE OHIO STATE UNIVERSITY.** Business Library. [on-line]. Columbus : Université de l'Etat d'Ohio, [dernière mise à jour le 25/02/99, visité le 29/06/99]. Available from internet :

<URL : http://www.lib.ohio-state.edu/OSU_profile/busweb>

³³ **THE UNIVERSITY OF WESTERN AUSTRALIA LIBRARY.** Business Library. [on-line]. Université de l'Australie occidentale, [dernière mise à jour le 23/06/99, visité le 29/06/99]. Available from internet :

<URL : [wysiwyg://23/http://www.library.uwa.edu.au](http://www.library.uwa.edu.au)>

mastère, Madame Claude Bornecque³⁴, « la veille est désormais un besoin vital tant dans les grandes entreprises et les administrations que dans les PME/PMI, ainsi que dans les cabinets de conseil. ».

On peut citer l'ARIST Rhône-Alpes³⁵, département de la C.C.I. de la Région Rhône-Alpes, qui réalise des prestations de service pour les PMI de la région dans le domaine industriel, ou le service aux entreprises des bibliothèques municipales danoises, qui propose de se charger de l'observation des appels d'offres publics.

- le service de recherche à distance

Dans sa forme la plus simple, elle se traduit par un service de réponse immédiate, le plus souvent téléphonique, de type question/réponse : le service répond de façon rapide à des questions ponctuelles, ne nécessitant pas de recherches documentaires trop élaborées ou coûteuses.

Ainsi, la Bibliothèque publique d'information propose un service de réponses à distance généraliste : BPI-Info, qui répond sans fourniture de documents en 48 heures ; les questions peuvent être posées par messagerie électronique, par courrier, par téléphone (du lundi au vendredi, de 13h30 à 17h), par fax ou par minitel. Il s'agirait donc de spécialiser ce type de service dans le domaine des entreprises.

De façon plus élaborée, le service de recherche à distance correspond à la réponse d'une demande qui peut être formulée en-dehors de la bibliothèque, puis à l'envoi de cette réponse, sans limite de coût, et sans nécessairement l'impératif d'extrême rapidité. La Médiathèque des Entreprises propose à chaque entreprise abonnée d'effectuer sur demande des recherches à partir des documents de la médiathèque ou de sources extérieures, pour un montant de 600 francs ; elle se base sur plus de 800 banques de données françaises et internationales pour accéder à des études de marché, des articles de presse, des publications scientifiques et techniques, des statistiques économiques...

L'Infothèque Léonard de Vinci³⁶, quand à elle, répond à distance à des demandes d'information ponctuelles de nature technico-économiques et à des études approfondies ; ce service s'appuie sur les ressources documentaires du centre et sur les accès aux ressources externes via les serveurs de bases de données. A terme, ce service est appelé à évoluer vers la commercialisation de dossiers d'information élaborés grâce à l'outil de veille Topic de Verity ; ces dossiers seront accessibles aux abonnés à partir du site web de l'Infothèque.

- la recherche en ligne

³⁴ L'Esiee, mastère en intelligence scientifique et technique. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.7.

³⁵ **ARIST RHÔNE-ALPES**. *Arist Rhône-Alpes*. [on-line]. Lyon : Arist Rhône-Alpes, [visité le 29 mars 1999]. Available from internet : <URL : <http://www.arist.rhone-alpes.cci.fr>>

³⁶ **GAUTHERON Isabelle**. Infothèque, de l'aide au chercheur d'emploi au service des entreprises. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.46.

Ce service de recherche correspond essentiellement aux recherches effectuées dans des bases de données, parfois sur internet. Ainsi, le Business information service de la Bibliothèque nationale d'Ecosse propose d'effectuer des recherches en ligne dans la plupart des domaines du monde de l'entreprise à partir de bases de données britanniques et internationales. Ce service est facturé au coût de la recherche auquel s'ajoute un coût de traitement.

Quant au service d'Informations Economiques de la C.C.I. de Lyon, l'interrogation de banques de données est effectuée au forfait : une question sur une base bibliographique des serveurs de l'Européenne de Données, Questel et Data Star coûte 350.00 F TTC, à l'exception de la base Delphes : 200.00 F TTC et des bases Pascal, Francis et Prompt : 450.00 F TTC. Une question sur une base bibliographique du serveur Dialog s'élève à 450.00 F TTC, et l'interrogation d'autres banques de données s'effectue sur devis.

- l'offre de formation

L'Infothèque Léonard de Vinci propose par exemple des ateliers de formation aux outils multimédia permettant la recherche d'information ; ils se présentent sous différents modules dont les thèmes majeurs portent sur la stratégie de recherche sur l'internet, l'internet pour le marketing ou l'internet pour l'emploi, avec un accent sur la pratique (chaque participant disposant d'un poste multimédia).

La Médiathèque des Entreprises propose pour sa part de « former à la recherche documentaire, découvrir ou tester de nouveaux produits d'information ; l'abonnement inclut en effet une séance de formation par an pour cinq personnes ».

Quant à la BUTC, elle offre des formations aux nouvelles technologies de l'information, conformément à ses missions, et son offre à destination des entreprises est une formation aux techniques de recherche et aux nouvelles technologies.

- élaboration d'études et de synthèses documentaires

Ce service est plus spécifique aux organismes comme les C.C.I., qui se chargent déjà de vendre des documents. Elles élaborent donc des dossiers qu'elles vendent à des tarifs assez élevés, comme la C.C.I. de Lyon qui vend 1.200,00 F TTC le dossier documentaire, voire 1.800,00 F TTC quand le dossier est strictement réservé au client.

Mais certaines bibliothèques élaborent aussi des synthèses documentaires, comme l'Infothèque Léonard de Vinci, avant tout pour la communication plutôt que la vente.

- l'édition de documents d'information

Ce service est plus rare, même s'il est dans la prolongation du suivant. Citons tout de même le Business users service de la Mitchell Library de Glasgow, qui édite des publications, des cartes, des dépliants... sur certains thèmes de recherche.

- service de photocopie

La quasi totalité des bibliothèques et centres de documentation présentent la possibilité de faire des photocopies dans leurs prestations, au même titre que les autres services. Certains proposent parfois, comme le Business information service de la Bibliothèque nationale d'Ecosse, de faire eux-mêmes les photocopies si l'utilisateur le souhaite. De même, les C.C.I. proposent un service de photocopies par envoi postal pour 7,50 F TTC (le coût sur place est de 4,00 F TTC), ou par télécopie pour 20,00 F TTC.

3.2.3. Les principes régissant les services proposés

Certains principes régissent les services rendus :

- la qualité : Il s'agit du principe le plus fédérateur, la plupart des bibliothèques et surtout des établissements comme les C.C.I. mettant en avant ce principe. On peut citer l'exemple de la « Charte de qualité » rédigée par le Service d'information économique et juridique internationale de la C.C.I. de Lyon ; elle regroupe une dizaine d'engagements concernant notamment l'accueil, le professionnalisme, la disponibilité, etc.
- la rapidité : L'engagement pour la rapidité des services rendus est lui aussi assez général ; au Business information service de la Bibliothèque nationale d'Ecosse, par exemple, on met en avant le fait qu'une ligne téléphonique spéciale permet des réponses rapides à toutes les requêtes.
- la pertinence de l'information fournie : On rejoint le principe de qualité, en s'imposant le respect de la demande du client. A ce principe correspond l'idée que l'information doit être en adéquation avec la demande, et qu'elle doit être autant que possible originale.
- la confidentialité : Le principe de respect de la confidentialité des requêtes traitées s'explique par la mise en avant du côté professionnel des services aux entreprises.
- l'indépendance de l'organisme qui fournit l'information : Cet argument, notamment avancé par l'ARIST Rhône-Alpes, permet de valoriser la fiabilité des sources et informations fournies.
- unicité de l'intermédiaire vers l'information : Le fait d'avoir un seul interlocuteur pour des requêtes parfois complémentaires mais néanmoins sur des supports variés, ou dans des domaines différents, permet à l'entreprise de gagner du temps, et de simplifier sa démarche.
- la diversité des moyens pour demander l'information : C'est un aspect que met en avant le Business information service de la Bibliothèque nationale d'Ecosse : les requêtes peuvent être reçues et leurs réponses traitées par téléphone, fax, lettre, messagerie électronique ou visite

personnelle, l'objectif étant de fournir l'information au moment où le lecteur en a besoin, et « avec le minimum de tracas ».

- l'expertise, le professionnalisme : L'expertise est un élément fréquemment mis en avant par les C.C.I. : dans toutes les présentations des services rendus par ces institutions, on retrouve les termes « d'experts » pour s'occuper des besoins en information des entreprises. On revient ici à une idée de valorisation de l'information, qui sera la plus complète et la plus pertinente possible.
- l'appartenance à un réseau de partenaires³⁷
- l'orientation vers l'international : L'argument de l'orientation vers l'international apparaît comme un plus pour les services qui le proposent, comme un élargissement des possibilités et des solutions.

3.3. La question du droit d'entrée : quel public admis, quelle tarification ?

3.3.1. Une ouverture à un public généralement restreint

Le public des services proposés par les bibliothèques et autres organismes est dans l'ensemble un public constitué de petites et moyennes entreprises, ne disposant pas de centre de documentation. Ce cadrage du public de façon quelque peu restreinte découle de la volonté des établissements proposant les services de choisir un tel public ; parfois, ce sont non seulement les services mais aussi la salle où se trouve la collection spécialisée sur les entreprises qui sont réservés à un public particulier, même si le droit d'accès à la salle ne signifie pas nécessairement droit d'accès aux services proposés.

Dans le cas de la Médiathèque des Entreprises de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette, une salle de lecture est réservée aux entreprises abonnées (en fait à cinq de leurs employés, puisque l'abonnement comprend cinq cartes d'entrée). Elle se situe dans un endroit assez isolé du reste de la Médiathèque de La Villette, accessible par un sas. Le choix opéré est donc d'isoler les lecteurs-clients « entreprises » dans un souci de protection, discrétion, confort. Cette volonté de segmenter les publics, et de faire correspondre à chacun d'entre eux un fonds, explique que seules les entreprises aient accès au fonds de la Médiathèque des Entreprises.

C'est aussi le choix de la Médiathèque d'Issy-les-Moulineaux. Son directeur, Jean-François Jacques, affirmait en 1997 dans la revue *Archimag*³⁸ que le but est d' « apporter une

³⁷ Voir le paragraphe 3.4. sur la coopération.

³⁸ Cité par **PERRIAULT Isabelle**. Bibliothèques et entreprises : quand la bibliothèque s'ouvre sur l'environnement économique. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.45.

meilleure réponse au tissu économique de la ville [...] en proposant aux salariés des PME/PMI une information économique, de gestion et de formation. » La Médiathèque met donc à leur disposition une salle de réunion ainsi que la consultation d'internet.

L'espace de consultation de l'infothèque du pôle Léonard de Vinci est pour sa part ouvert aux professionnels en recherche d'emploi, aux créateurs d'entreprise et aux responsables marketing.

Les Centres de Documentation de la C.C.I.P. ont des conditions d'accès paradoxalement plus large : l'accès est réservé aux représentants d'entreprises ou d'institutions, professions libérales, demandeurs d'emploi, étudiants majeurs sur présentation d'une pièce d'identité, moyennant un droit d'entrée de 30 FF par jour ou 200 FF pour 6 mois.

Cependant, le service d'Informations Economiques de la C.C.I. de Lyon n'accueille ni les étudiants, ni les chômeurs. De même, les étudiants, de niveau bac +2 minimum, ne peuvent accéder aux centres de documentation du C.F.C.E. que sur rendez-vous et moyennant 45 F. TTC par jour (le prix d'entrée étant normalement de 60 F. TTC). Quant à l'accès à la documentation internationale de la C.C.I. de Lyon (Service d'information économique et juridique internationale, SIEJI), il est restreint aux professionnels et n'est même possible qu'après avoir pris un rendez-vous, pour lequel il faut annoncer quels documents on souhaite consulter.

3.3.2. L'épineuse élaboration de la tarification

Au-delà du simple coût d'entrée se pose la question plus globale de l'évaluation de la tarification des services rendus. Cette tarification devrait tendre à varier selon les missions de l'organisme qui rend ces services ; or on constate souvent que malgré des missions de service public, certains établissements n'hésitent pas à pratiquer des tarifs élevés.

Ainsi, les C.C.I. sont des établissements publics administratifs, n'ayant donc pas vocation à faire du profit ni à être rentables ; elles sont responsables des deniers publics qui leur sont versées par le biais de la taxe professionnelle que paient les entreprises, et à ce titre leurs comptes sont contrôlés par les Chambres régionales des Comptes.

Cependant, on constate une nette tendance au sein de ces établissements à un encouragement à la vente. Ainsi, lors de mon stage en mai/juin 1999 à la C.C.I. de Lyon³⁹, au sein du Service d'Information Economique et Juridique Internationale (S.I.E.J.I.), les personnes avec qui j'ai travaillé m'ont expliqué que l'on attendait d'elles qu'elles vendent au mieux les produits de la C.C.I. , ainsi que les produits des partenaires de la C.C.I. (notamment ceux du C.F.C.E.).

Cela se traduit d'une part par la sélection des réponses aux demandes des entreprises quasi exclusivement dans ce type de documents, et d'autre part par l'élaboration de tarifs de façon peu claire. Certaines études effectuées par les documentalistes comme les « dossiers-pays », ou certaines notices juridiques et réglementaires, internationales et communautaires, élaborés par le S.I.E.J.I. sont facturés 120,60 F.TTC l'unité, quelques en soient les sources (périodiques, internet,...), et quelque soit le temps consacré à l'élaboration.

Dès lors, en matière de tarification, on oscille entre prix élevés et gratuité. En ce qui concerne par exemple l'abonnement, la Médiathèque des Entreprises le facture 2.500 Francs hors taxes, soit 3.015 francs TTC pour une année, cet abonnement permettant aux entreprises « d'utiliser une gamme de produits et services documentaires conçue pour faciliter l'accès à l'information professionnelle et stratégique⁴⁰ ». A l'opposé, l'inscription à la Bibliothèque de l'Université Technologique de Compiègne est facturée 870 francs aux entreprises et collectivités, et elle est gratuite pour les étudiants, les personnels de l'éducation nationale et les chômeurs, ou s'élève à 400 francs pour les autres personnes extérieures.

Parfois on se trouve en présence d'un système de tarification mixte, certains services étant gratuits, d'autres chers... Ainsi, le Business information service de la Bibliothèque Nationale d'Ecosse⁴¹ explique dans ses plaquettes qu'un « travail de recherche détaillée peut être mené par le service de façon gratuite initialement en-dehors des frais de base (c'est-à-dire les photocopies, les fax, etc.). En plus du service basique de requête gratuite, il existe une grande variété de services à valeur ajoutée disponibles moyennant des frais à la charge du lecteur ».

Cependant, comme le fait remarquer Jean-Philippe Lamy⁴², les Business Information services britanniques ont été confrontés à une contradiction liée à leur succès. Parallèlement à une demande croissante de la part des entreprises, ils ont été confrontés à une stagnation voire une baisse de leur budget, et ont donc dû augmenter leurs tarifs. Cela eut pour conséquence de leur faire perdre des clients et de les contraindre à sortir de leur mission de service public ; en effet, les services de référence à destination des entreprises des bibliothèques anglo-saxonnes sont payants mais ne visent pas la rentabilisation. Il ne faut pas oublier que ces services de référence pour les entreprises, ces « Business information services » que l'on retrouve dans les pays scandinaves, ne

³⁹ Voir notamment : **CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LYON**. Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon : Mode d'emploi. *Supplément de l'Activité Economique*, janvier 1999, n°138, 24 p.

⁴⁰ Plaquette de présentation de la Médiathèque des Entreprises. Cité des Sciences et de l'Industrie de La Villette.

⁴¹ **NATIONAL LIBRARY OF SCOTLAND, SCOTTISH SCIENCE LIBRARY**. *The Scottish business information service*. Plaquette de présentation, 4 f.

⁴² **LAMY Jean-Philippe**. Les bibliothèques et l'information économique. Une approche européenne. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.65.

sont qu'un aspect des services de référence ; généralement, les Business information services viennent s'intégrer au cadre plus large de mission d'information de la population locale.

On comprend alors que la volonté soit celle de facturer le plus possible aux coûts réels, quand toutefois ce n'est pas trop difficile voire impossible.

En réalité, aucun de ces services à destination des entreprises n'a de réponse claire quant à l'évaluation des prix de ces services, il s'agit pour la plupart d'une sorte de calcul à posteriori, selon le nombre de « clients », selon la mission de l'établissement...

3.4. La question de la coopération

Si la question de l'évaluation des coûts reste délicate, le problème de la coopération avec d'autres organismes ne l'est pas moins. Très peu d'expériences sont à relever, et parfois ce sont des échecs.

Ainsi, en 1991, la Bibliothèque Municipale de Lyon a amorcé une réflexion pour devenir partie prenante du projet de réseau européen d'informations d'affaires dans les bibliothèques publiques (« European Business Library and Information Network »), initié et conduit par la bibliothèque publique de Birmingham, qui avait alors une équipe d'environ 30 personnes chargées de répondre aux demandes sur l'information d'affaires, les brevets et les normes. Ce projet consistait à mettre en réseau les secteurs « affaires » des différentes bibliothèques des grandes villes européennes. Douze d'entre elles ont réfléchi à la mise en œuvre de ce projet : Barcelone, Cardiff, Birmingham, Copenhague, Francfort, Glasgow, Leeds, Leipzig, Lyon, Opporto, Rotterdam, Sheffield.

Faute de subvention européenne, le projet ne put être mis en œuvre, et la Bibliothèque Municipale de Lyon renonça même au développement d'un secteur « affaires » à part entière ; seul un présentoir en salle de Documentation Régionale propose des annuaires d'entreprises et quelques études professionnelles, axés sur la région Rhône-Alpes uniquement.

Ce sont d'ailleurs davantage les C.C.I. que les bibliothèques qui mettent en avant ce terme de coopération, et qui le présentent comme un atout.

Si l'on reste sur l'exemple de la région lyonnaise, on constate que la C.C.I. de Lyon n'hésite pas à présenter ses services comme intégrés à des ensembles dont découle l'information fournie aux entreprises.

Le Service d'information économique et juridique internationale est relais officiel du C.F.C.E. depuis 1990 et de la Commission Européenne depuis 1988, et coopère avec des partenaires divers : les Douanes, la Coface, l'Afnor-Norex, l'Actim, les Postes d'Expansion Economique, la Chambre de Commerce Internationale, les réseaux des World Trade Centers et Euro Info Centres, mais aussi avec différentes professions : des avocats (CIBLY), des experts comptables, des banques, des compagnies d'assurance, des sociétés de transport, des syndicats professionnels...

Si ce dernier point n'a rien d'étonnant pour un organisme professionnel comme l'est la C.C.I. de Lyon, il n'en reste pas moins que ces coopérations sont ressenties comme des atouts à mettre en valeur.

De même, dans sa propre présentation, l'ARIST Rhône-Alpes insiste sur le fait qu'elle s'appuie « sur un puissant réseau d'experts en France et en Europe » : 24 ARIST en France, 53 Centres Relais Innovation en Europe, et qu'elle travaille en partenariat avec les acteurs du développement économique (ANVAR, DRIRE, Conseil Régional, DRRT...).

Sans nécessairement parler de partenaires externes quand les relations n'ont pu être nouées pour d'obscurs motifs de concurrence ou de méfiance, ou tout simplement de méconnaissance, certaines bibliothèques comme la Mitchell Library à Glasgow précisent qu'elles coopèrent avec les autres services de la bibliothèque qui ont vocation à l'aider, voire à la suppléer : en cas d'incapacité à traiter le problème par le service d'information aux entreprises lui-même, les entreprises sont réorientées vers d'autres services de la bibliothèque, puis vers les chambres de commerce et le réseau des bibliothèques de Glasgow, Birmingham, Rotterdam.

4. La constitution d'un service de référence destiné au public des entreprises

4.1. Les conditions de mise en place d'un service de référence destiné aux entreprises

4.1.1. Le service de référence

La mise en œuvre de services destinés aux entreprises à la BnF équivaut à la constitution d'un service de référence pour ce public.

D'après Corinne Verry-Jolivet, qui a présidé à la rédaction d'un manuel pour créer et gérer un service de référence, les termes « service de référence » ont plusieurs significations : il s'agit

soit de l'exploitation et de la mise en valeur d'ouvrages de référence ou d'usuels au sens large, soit de celles d'un service identifié de recherches bibliographiques, soit, enfin, de celles d'un service de documentation spécialisée séparé du reste de la bibliothèque.

Corinne Verry-Jolivet ajoute que « la mise en place d'un service de référence exige avant tout d'en définir l'objet, comme une *fonction organisée de réponse personnalisée à une demande explicite d'information documentaire ou de documentation* ». Il faut donc réfléchir à la fois « au type de public auquel on s'adresse, au type d'information délivrée qui en résulte et à l'usage qui est supposé en être fait. La notion des niveaux de la référence (référence bibliographique, renseignement direct, réorientation vers une autre source documentaire, etc.) reste donc sous-jacente »⁴³.

Cette réflexion a été dans une certaine mesure menée par Bossard Consultants qui a remis au 1^{er} juin 1994 un rapport d'étude de préfiguration⁴⁴ de ce qui allait devenir le PRISME. Ce rapport établit des recommandations et un plan de développement à partir de l'analyse de l'offre existante et de la demande de professionnels, basée sur une enquête auprès de 15 offreurs et 15 demandeurs d'information.

A l'époque, il s'agissait d'un projet de services d'information axés sur les fonds du Département Droit, Economie, Politique dans leur ensemble : l'offre à proposer devait d'après l'étude être centrée sur les sciences politiques, juridiques, économiques et la gestion.

L'étude de Bossard Consultants précisait par ailleurs que le projet devait s'inscrire dans les missions et les enjeux de la BnF : d'une part, les missions patrimoniale, documentaire et culturelle, en particulier via la valorisation des collections et la diffusion des connaissances, et d'autre part les enjeux, à savoir « assurer une couverture globale des champs de la connaissance », favoriser « l'utilisation des dernières technologies de transmission de données » et « être à la disposition de tous ».

4.1.2. La nécessité d'analyses préalables

La plupart des ouvrages qui relatent des services de référence et de leur mise en œuvre rappellent certains impératifs ou tout au moins préconisent certaines orientations.

La mise en œuvre d'un service de référence implique une analyse préalable des moyens, à la fois financiers, humains, et technologiques. Il est très important de définir les missions du

⁴³ **VERRY-JOLIVET Corinne**. Mode d'emploi. in : **VERRY-JOLIVET Corinne** (dir.). *Créer et gérer un service de référence*. Villeurbanne : Institut de Formation des Bibliothécaires, avril 1996. Collection « La boîte à outils » n°3, p. 7 et 8.

⁴⁴ **BOSSARD CONSULTANTS**. *Bibliothèque nationale de France : étude de préfiguration du service de documentation et d'information du département SEJP. Rapport final*. Paris, 1^{er} juin 1994. 59 p.

service au sein d'une organisation donnée, de planifier les moyens et de créer et utiliser les espaces (y compris l'équipement mobilier, informatique et technique). Il faut ensuite procéder à une analyse des coûts du service et de la tarification à appliquer aux différentes prestations, que l'on peut distinguer selon d'éventuels niveaux. Les ressources humaines et la formation du personnel sont des éléments à prendre en compte.

Une autre analyse qu'il convient d'effectuer de façon préalable et qui s'avère tout aussi indispensable que les précédentes est celle des besoins des usagers. Cette analyse devra se poursuivre lors du fonctionnement effectif du service de référence, au moyen d'évaluations continues des besoins du public et de l'usage qui sera fait de l'information délivrée.

Par ailleurs, il convient de prendre en compte les collections préexistantes à la mise en œuvre des services aux entreprises. Le service de référence doit être conçu comme une « valeur ajoutée » aux fonctions de base de la bibliothèque, et sa mission doit s'appuyer sur des sources et des outils permettant de donner une réponse personnalisée à la demande. Pour cela, il faut utiliser un ensemble cohérent de sources documentaires internes (catalogues de la bibliothèque, collections, fonds d'ouvrages de référence, fonds propre du service de référence) et externes (références bibliographiques ou données factuelles issues de bases et banques de données, répertoires, annuaires, réseaux d'information, etc.).

Parfois c'est insuffisant : il faut alors constituer des outils documentaires (de type fiches, dossiers documentaires, dossiers de presse...) par un « retraitement » de l'information primaire, afin de satisfaire par des produits « standards » tous les publics ou bien de constituer une offre adaptée à différentes catégories d'usagers par des produits plus personnalisés. Le service de référence doit être conçu et vécu comme un « plus » de la bibliothèque, permettant de répondre rapidement à une demande précise.

4.1.3. L'insertion dans un réseau

Il faut pouvoir s'appuyer sur un réseau de ressources, internes mais aussi externes : la bibliothèque, et toutes ses ressources (documentaires, techniques et humaines), ainsi que les réseaux (formels et informels) d'autres institutions, les réseaux documentaires constitués et les réseaux de compétence.

Tout d'abord, à un niveau interne à l'établissement, le PRISME serait l'interface entre les entreprises et le Département Droit, Economie, Politique, voire l'ensemble des départements de la BnF. Il s'agirait de procurer aux entreprises qui s'adresseraient au PRISME l'information qu'elles demandent, en s'appuyant essentiellement sur le fonds du PRISME lui-même (d'où l'importance

de la valorisation de ses fonds) et de tout le Département Droit, Economie, Politique. On pourrait envisager un développement aux autres disciplines par le biais de correspondants du PRISME dans les autres départements, à défaut de l'ouverture de services similaires au PRISME dans ces mêmes départements.

Par ailleurs, au niveau externe, on peut donc envisager pour le PRISME une orientation tendant à en faire une interface pour les personnes s'intéressant aux domaines qu'il couvre. Cela implique de fournir de l'information sur la base d'enquête des fonds des centres de documentation, donnant dans une certaine mesure vocation au PRISME à devenir tête de réseau des centres de documentation qui accepteraient de s'associer avec lui.

Le PRISME doit d'abord être une « centrale » d'orientation et de repérage des documents de droit, sciences politiques, économie et gestion, pour les professionnels. Cela correspond en effet aux missions de service public de la BnF, qui doit valoriser les fonds français et diffuser la connaissance, et qui est l'acteur le mieux placé pour assumer cette fonction de guichet unique d'information et d'orientation, notamment en tant que « tête de réseau » des bibliothèques et centres de documentation.

Une telle définition de PRISME présente l'avantage d'être réalisable sans procéder à de lourds investissements. Elle répond par ailleurs à la nécessaire évolution de la BnF face aux exigences d'information des publics professionnels dans ces domaines ; la BnF a un rôle à jouer au sein du réseau documentaire français, celui de centrale de localisation et d'orientation.

4.1.4. Le « ciblage » du public

Elle doit aussi se montrer présente auprès de ces publics, ainsi que le prévoient ses missions. Ces publics sont en partie nouveaux pour la BnF, puisqu'ils comprennent les étudiants, les lecteurs individuels à la recherche d'emploi, de formation, de reconversion, créateurs d'entreprise, les petites structures professionnelles, ainsi que les entreprises elles-mêmes.

La question du public-cible se pose en terme de visibilité ; faire le choix des « entreprises », comme l'a fait la Médiathèque des Entreprises de La Villette, n'indique pas qu'on exclut les publics cités dans cette étude, on peut envisager qu'ils sont inclus dans ce public des « entreprises ».

Pour sa part, l'étude de Bossard consultants envisageait un public large, puisqu'elle proposait de « s'adresser à un spectre de professionnels plus diversifié (professions libérales, associations, formateurs, Ministères et collectivités territoriales...) ». Elle identifiait trois publics-

cibles parmi les professionnels : les grandes entreprises et grandes administrations, les cabinets d'avocats, d'études ou de conseil, et les PME-PMI.

En fait, c'est davantage une question de terminologie ; parler d'entreprises oriente l'offre, mais aussi l'image de ce vers quoi la BnF veut tendre. On s'approche de l'image que la BnF veut donner : plus moderne, plus tournée vers les problèmes de son temps, et non plus l'image un peu poussiéreuse de bibliothèque réservée à des chercheurs travaillant sur des questions éloignées du « monde réel ».

Or la BnF, en cherchant à se moderniser et à moderniser son image, a déjà voulu se rapprocher de la société dans son ensemble en s'ouvrant plus largement au grand public et non plus aux seuls chercheurs. S'intéresser aux entreprises lui permet donc de se tourner dans cette direction.

4.1.5. Le choix des services à proposer

Ce type de public implique de définir deux approches des services proposés : la consultation sur place, et les prestations à distance, plus particulièrement adaptées aux entreprises.

Cela implique un travail d'identification de l'information, puis d'obtention et de mise à disposition de cette information, avec à terme le développement du service documentaire « valeur ajoutée à l'information », comme par exemple l'édition de bases de données et de CD Rom.

L'élaboration de tels services documentaires nécessite une coopération efficace avec d'autres services, notamment celui du dépôt légal, mais aussi en préalable une coopération accrue au sein du Département Droit, Economie, Politique lui-même.

Il serait intéressant que ce soit le PRISME qui propose ces services et non le Département Droit, Economie, Politique dans son ensemble ; en effet, le PRISME a déjà une identité propre, il est déjà en contact avec les entreprises (études de marché...).

En se fondant sur l'analyse de ce qui existe actuellement, on peut noter que certains services sont à exclure : la photocopie de certains documents, d'une part, et l'emprunt de documents, d'autre part. En effet, ces services sont incompatibles avec la politique qui existe, qui vise à permettre l'accès le plus large et le plus rapide possible à une information parfois difficile à se procurer, au moyen de conventions ayant pour but de préserver une certaine confidentialité de cette information (interdiction de photocopier certaines études de marché). Par ailleurs, l'accès le plus large à ce type d'information implique que l'on ne prête pas les documents en question, mais que l'on privilégie la consultation sur place.

Ces conditions à poser dans l'élaboration de services aux entreprises impliquent une orientation axée sur la recherche d'information primaire, ponctuelle ou élaborée. Les services à envisager dans un premier temps comprendraient donc des prestations à la demande, allant du simple renseignement ou de la fourniture de références de documents, à la fourniture des documents eux-mêmes ou d'extraits de documents, en fait de l'information elle-même. Ces prestations pourraient être rendues sur place, mais aussi et surtout à distance, selon le plus large éventail de possibilités en matière de transmission. Les recherches documentaires pourraient inclure l'utilisation de bases de données commerciales.

Dans un second temps, la plupart des services d'élaboration de documents proposés par les autres établissements analysés ci-dessus sont également envisageables : élaboration de revues de sommaires, de dossiers de presse, de synthèse documentaires, et même veille documentaire, ... à la condition de disposer des moyens, tant financiers qu'humains.

De la même façon, les services de formation et d'organisation de réunions, groupes de travail et autres rencontres sont à mettre en œuvre.

4.2. L'évolution du métier de bibliothécaire

Il reste la question de l'évolution du métier de bibliothécaire en raison des tâches à effectuer pour accomplir ces services aux entreprises. La mission d'un bibliothécaire d'un service de référence est de guider, orienter, gérer et traiter l'information (généralement spécialisée...). Son rôle est très important ; il convient en effet de prendre en considération le rôle de médiation du personnel plus que la richesse des collections ou des moyens.

L'étude de Bossard consultants fait justement remarquer qu'il faudra faire évoluer le métier de bibliothécaire vers un métier de prestataire de services, ce qui implique un changement culturel profond, puisqu'il faudra entrer dans la logique de service facturé.

Il faudra surtout intégrer des méthodes de travail plus coutumières aux documentalistes qu'aux bibliothécaires, ce qui correspond finalement à une évolution convergente constatée ces derniers temps pour ces deux métiers.

En effet, ainsi que le constate Jean-Philippe Lamy⁴⁵, « la question des ressources humaines apparaît rapidement comme le point central » des services d'information pour les entreprises ; les Business Information services « exigent de leurs membres des qualités de disponibilité, le sens de

la relation personnelle avec l'utilisateur, le goût pour la recherche documentaire, la maîtrise de tous les supports d'information ».

Afin d'atteindre un tel niveau de compétence pour des tâches qui peuvent sembler quelque peu différentes de celles habituellement enseignées aux futurs bibliothécaires, il s'avère donc nécessaire de mettre en œuvre une réelle formation à l'entretien de référence⁴⁶. Par ailleurs, il est souhaitable que le bibliothécaire ait une certaine connaissance du domaine dans lequel il travaille.

Ainsi, on répond à l'attente des entreprises de s'adresser à des experts, à des personnels efficaces et spécialisés, ayant une bonne connaissance du domaine en question. On constate d'ailleurs que de nombreux établissements cherchant à promouvoir leurs services aux entreprises ont déjà constitué des équipes de spécialistes.

L'équipe de l'Infothèque du Pôle Universitaire Léonard de Vinci comprend des professionnels des bibliothèques spécialisés dans la lecture publique, des documentalistes scientifiques et économistes ainsi que des spécialistes de système d'information et de l'intelligence économique.

Celle du Service d'Information Economique et Juridique Internationale de la C.C.I. de Lyon est pour sa part constituée de quatre spécialistes de la réglementation du commerce international et du droit communautaire et international, et de six chargés d'information économique.

Quant à l'équipe de l'ARIST Rhône-Alpes, elle regroupe des ingénieurs expérimentés.

4.3. La publicité des services proposés

La réussite d'un projet de services aux entreprises repose sur la connaissance qu'en ont ses utilisateurs ; en général, les entreprises ont une méconnaissance totale ou partielle des services que proposent les bibliothèques. Il s'agit donc de mettre en œuvre une politique de promotion afin de faire connaître dans un premier temps les collections de la BnF en matière de documentation professionnelle, puis de présenter les services qu'elle choisira de proposer aux entreprises.

⁴⁵ **LAMY Jean-Philippe**. Les bibliothèques et l'information économique. Une approche européenne. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.66.

⁴⁶ **LAMY Jean-Philippe**. L'entretien de référence : une notion à introduire dans un enseignement rénové. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 6, p.52-58.

Cette publicité peut se faire par plusieurs biais ; l'envoi de plaquettes de présentation aux entreprises, l'organisation de visites, la participation à des congrès, salons et manifestations diverses, ainsi que des encarts publicitaires dans des publications spécialisées...

Elle doit viser à diffuser l'information concernant le PRISME et ses collections, ainsi que les services proposés ; mais elle doit avant tout permettre de promouvoir une certaine image de la BnF, de ce qu'elle peut apporter à ses utilisateurs. La tâche est certainement ardue, les conséquences de la grève de novembre 1998 se faisant d'autant plus sentir sur le milieu des entreprises, déjà sceptique face à ce qu'il perçoit déjà comme une sorte de monstre administratif, très loin d'une image de performance et d'efficacité.

La mise en œuvre de la publicité des services proposés par la BnF commence par une interrogation sur son positionnement : il faut avant tout définir celui que l'on souhaite, et les idées fortes qu'il doit véhiculer. Ce n'est que la définition claire des principes et objectifs qui permet d'établir une communication la plus efficace possible. Il peut aussi apparaître nécessaire de revenir sur la différence des services rendus par rapport aux organismes existants.

A cette fin, il convient de définir les objectifs de communication ; cela peut commencer par la mise en place d'une identité visuelle forte, qui pourra se baser sur un logo à part et une signalétique claire, sans oublier que l'on se situe dans le cadre de la BnF. Puis dans un second temps, afin d'implanter la notoriété du PRISME, il s'agit de mettre en place une communication interne efficace, préalable à la communication externe. Cette notoriété devra être maintenue par une évaluation régulière (bilan, questionnaire auprès du public...) et des opérations de relations avec la presse pourront être envisagées ponctuellement.

L'étape suivante se caractérise par la définition des cibles de communication ; cela comprend non seulement la cible principale, à savoir le public des entreprises, mais aussi les cibles secondaires (les institutions, les relais d'opinion c'est-à-dire les journalistes, et le personnel de la bibliothèque). Pour cela prévoir des séances d'information du personnel, notamment celui chargé de l'accueil et de l'orientation du public.

On peut alors mettre en œuvre concrètement les actions de communication. En ce qui concerne la question de l'identité visuelle, c'est essentiellement l'élaboration de plaquettes de présentation qui prime ; on peut cependant envisager l'élaboration d'affichettes ou panneaux de présentation au sein de la BnF, et éventuellement envisager une signalisation particulière pour le lieu d'accueil.

Sur ce dernier point, il serait idéal que la BnF mette un local à disposition permettant d'accueillir les personnes et de prendre en compte leurs requêtes. On peut aussi envisager, et c'est sans doute la solution la plus pragmatique, que les requêtes soient formulées soit à distance, soit au bureau de renseignement de la mezzanine de la salle D en Haut-de-Jardin, ou encore sur rendez-vous dans un bureau.

Il faut ensuite envisager de signaler les coordonnées du service, par affichage et surtout dans l'annuaire, ainsi que sur le site internet de la BnF. On peut aussi prévoir des visites de la salle et une présentation des collections.

En ce qui concerne la publicité vers l'extérieur, il existe la solution des encarts publicitaires dans des revues touchant ce type de public. Cependant, l'évaluation des coûts pour de tels encarts amène à conclure que le budget du PRISME ne pourra pas supporter une telle dépense. En effet, en interrogeant les responsables publicitaires de revues professionnelles comme *Défis*, on constate que le coût dépasse généralement les 30.000 F ; ainsi, une demi-page de publicité en couleur dans *Défis* est facturée 28.900 F hors taxe.

Dès lors, il convient de préférer des solutions moins onéreuses, comme des publi-reportages, des entretiens à publier dans la presse... A cet effet, on peut prévoir de contacter des journalistes, ou de leur faire parvenir des communiqués sur la naissance de ce type de services. On peut aussi envisager de participer à des salons, conférences, ou autres rencontres avec le milieu professionnel.

On peut aussi choisir d'intégrer les coûts de publicité dans le budget général de communication de la BnF, et non dans le budget propre du PRISME, qui reste avant tout un budget d'acquisition. Pour mener une campagne de communication à cette échelle, il faut bien entendu que le projet soit accepté et assumé par l'ensemble de la BnF.

CONCLUSION

Le fonds que propose actuellement le PRISME permet de dire que ce dernier propose déjà un service important à destination des entreprises, celui de la consultation sur place de collections spécialisées. Cependant, « il manque, pour l'instant, l'essentiel d'un service d'information « business » : la personnalisation de la relation avec l'utilisateur et la réalisation de dossiers ou de recherches à la demande »⁴⁷.

Il s'agit de répondre à la nouvelle exigence d'adéquation des bibliothèques à leurs publics, ainsi que le fait remarquer Marie-Hélène KOENIG dans un ouvrage consacré à la connaissance des publics : « devant la pression des publics, le développement de l'offre de services de la bibliothèque, l'évaluation de l'adaptation permet de saisir la portée de l'action, d'en comprendre le sens et d'agir en connaissance de cause »⁴⁸.

Cependant, « il serait assez illusoire de lancer, en France, des services identiques [*aux services aux entreprises anglo-saxons*] sans s'en donner les moyens. La création d'un BUS ou d'un Community Service risque, s'il ne s'appuie pas sur une équipe spéciale, de redevenir rapidement une simple fonction supplémentaire du service bibliographique général ou d'accueil du public⁴⁹ ». Il faut donc que la BnF accepte, si elle souhaite orienter le PRISME vers un réel service d'information pour les entreprises et développer ainsi des services leur étant destinés, de consacrer une part de son budget à ce développement et à cette mise en œuvre. Cette attribution de fonds doit être à la mesure de ce que la BnF souhaite développer.

Ainsi, il faut notamment qu'elle accepte de consacrer un budget suffisant pour se lancer dans une campagne de publicité pour ces nouveaux services, sous peine d'échec ou du moins de réussite relative ; l'expérience de la Médiathèque des Entreprises, qui n'avait que 59 clients au 31 décembre 1998, montre l'importance de la promotion de tels services. En effet, il existe bel et bien une place pour la BnF dans ce domaine, et un réel besoin en la matière, mais la confidentialité des projets de ce type tend à restreindre leur développement.

⁴⁷ LAMY Jean-Philippe. Les bibliothèques et l'information économique. Une approche européenne. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.66.

⁴⁸ KOENIG Marie-Hélène (dir.). *Connaître les publics. Savoir pour agir*. Villeurbanne : Institut de Formation des Bibliothécaires, novembre 1998. Collection « La boîte à outils » n° 8, p. 17.

⁴⁹ LAMY Jean-Philippe. Vers de nouveaux services dans les bibliothèques publiques. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1992, T. 37, n° 6, p. 54-61.

Dès lors, la mise en œuvre de services aux entreprises par la BnF va permettre à cette dernière d'attirer d'autres publics, notamment au niveau du Haut-de-Jardin, où la présence massive des étudiants tend à écarter les autres catégories de publics. En effet, la vocation première du Haut-de-Jardin n'était pas de se substituer aux bibliothèques universitaires, même s'il existe un réel problème quant à l'accueil des publics étudiants parisiens. Il s'agissait d'ouvrir la bibliothèque à un large public, certes dans une certaine mesure spécialisé, la BnF n'étant pas non plus une bibliothèque publique au même titre que les bibliothèques municipales.

Ainsi, la BnF témoignera par la mise en œuvre de tels services de sa volonté d'ouverture à un public diversifié, et de s'intéresser aux besoins d'entités vitales de la société moderne ; par ailleurs, cette démarche lui permettra s'inscrire dans le mouvement initié par les bibliothèques qui, notamment à l'étranger, cherchent à innover en matière d'information.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Présentation du PRISME et de son environnement

BLASSELLE Bruno et MELET-SANSON Jacqueline. *La Bibliothèque nationale de France, mémoire de l'avenir.* Paris : Gallimard, 1996. 176 p. Collection Découvertes Gallimard : Histoire.

BOSSARD CONSULTANTS. *Bibliothèque nationale de France : étude de préfiguration du service de documentation et d'information du département SEJP. Rapport final.* Paris, 1^{er} juin 1994. 59 p.

DROIT, ECONOMIE, POLITIQUE. SALLE D. PRISME : Pôle de Ressources et d'Information sur le Monde de l'Entreprise. [Plaquette de présentation]. Bibliothèque nationale de France. 1 f.

DROIT, ECONOMIE, POLITIQUE. SALLE D. PRISME : Aide à la recherche. *Analyses sectorielles /Etudes de marché.* Bibliothèque nationale de France : 9 octobre 1997. 2 f.

DROIT, ECONOMIE, POLITIQUE. SALLE D. PRISME : Aide à la recherche. *Informations sur les entreprises.* Bibliothèque nationale de France : 9 octobre 1997. 2 f.

Visage de la BnF. [Organigramme]. Trajectoire : Lettre interne de la Bibliothèque nationale de France, février 1999, n° 25, p.4.

Documents de bibliothéconomie généraux

AROT Dominique. Politiques documentaires et politiques de collections. Raison et passion. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1999, T. 44, n°2, p. 88-91.

CALENGE Bertrand. *Accueillir, orienter, informer : l'organisation des services aux publics dans les bibliothèques.* Paris : Ed. du cercle de la librairie, 1996. 129 p. Collection Bibliothèques.

CARON Gilles. Du soutien au partenariat : La bibliothéconomie en devenir. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 2, p. 38-43.

KOENIG Marie-Hélène (dir.). *Connaître les publics. Savoir pour agir.* Villeurbanne : Institut de Formation des Bibliothécaires, novembre 1998. 152 p. Collection « La boîte à outils » n° 8.

MAYERE Anne, MUET Florence. La démarche qualité appliquée aux bibliothèques et services d'information. Conception et spécificités. *Bulletin des Bibliothèques de France*, 1997, T. 43, n°1, p.11-19.

Documents officiels : principes fondateurs des services aux entreprises en bibliothèque

COMITE INTERMINISTERIEL POUR LA SOCIETE DE L'INFORMATION. *Programme d'action gouvernemental : Préparer l'entrée de la France dans la société de l'information.* [on-line]. 16 janvier 1998. Available from internet :

<URL : <http://www.internet.gouv.fr/francais/textesref/pagsi.htm>>

COMMISSION EUROPEENNE (DG-XIII/E/4). Sous la dir. de M. SEGBERT, préf. de Jean-Sébastien DUPUIT. *Les bibliothèques publiques et la société de l'information*. Luxembourg : Office des publications officielles des communautés européennes, 1998. XII-130 p.

PARLEMENT EUROPEEN, Commission de la culture, de la jeunesse, de l'éducation et des médias, Rapporteur : Mirja RYYNÄNEN. *Rapport sur le rôle des bibliothèques dans la société moderne*. [on-line]. 25 juin 1998. Disponible sur le site du Parlement européen :

<URL : <http://www2.europarl.eu.int/>>

Documents sur les bibliothèques et les entreprises

CALENGE Bertrand. Le management de l'information et des connaissances dans l'entreprise de demain. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1999, T. 44, n° 1, p.113-114.

CASTANO Eric, SOURY Marie-Hélène, DOU Henri. La diffusion des informations en veille stratégique et son rôle dans la stratégie d'entreprise. *Documentaliste – Sciences de l'information*, 1995, vol. 32, n°1, p. 9-12.

CHOCAT Jacqueline. *Les relations bibliothèques / entreprises*. S.l. : s.n., 1990. [Mémoire - ENSB]. 106 p.

LAMY Jean-Philippe. Vers de nouveaux services dans les bibliothèques publiques. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1992, T. 37, n° 6, p. 54-61.

LAMY Jean-Philippe. Les bibliothèques et l'information économique. Une approche européenne. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.61-67.

MARTINET Bruno. L'intelligence économique. Nouveau concept ou dernier avatar de la documentation dans les entreprises ? *Documentaliste – Sciences de l'information*, 1993, vol. 30, n°6, p. 317-320.

MASON Florence M., DOBSON Chris. *Information brokering*. New York : Neal-Schuman publishers, 1998. 145 p. Collection : A How-To-Do-It Manual : How-To-Do-It Manuals for librarians, number 86.

PERRIAULT Isabelle. Bibliothèques et entreprises : quand la bibliothèque s'ouvre sur l'environnement économique. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.44-45.

WEBB Trevor J. *Researching for business : avoiding the « nice to know » trap*. Londres : ASLIB (The Association for Information Management), 1998. 57 p. Collection : An ASLIB know how guide.

Documents sur l'information aux entreprises

ASSOCIATION POUR L'UTILISATION DE L'INFORMATION DOCUMENTAIRE (APUI Documentaire). *Recherche et organisation de l'information dans l'entreprise : quelles*

aides possibles ? Guide d'information pour la région Rhône-Alpes. Echirolles (Isère) : APUI Documentaire , avril 1998. 43 - xvi p.

BRITISH LIBRARY, Business information research service (Ed.). *Sources of european economic and business information.* Aldershot (Hampshire / England) : Gower, 6^{ème} éd. : 1995. 338 p.

FOSTER Pam (Ed.). *Online / Cd-Rom business sourcebook : 1998.* London : Headline Business Information, 1998. vii - 388p.

KAYE David. *Information and business : an introduction.* Londres : Library Association, 1991. xiii - 219 p.

PAGELL Ruth A., HARLEPIN Michael. *International business information : how to find it, how to use it.* Phoenix (Arizona) : Oryx, 1994. 371 p.

THOMAS Armelle. *Guide 99 des sites Internet pour l'entreprise.* Paris : Ed. Dunod, 1999. 256 p.

Documents sur les services de références

BOPP Richard E., SMITH Linda C., (dir.). *Reference and information services. An introduction.* Englewood (Colorado) : Libraries Unlimited, 2^{ème} éd. : 1995. xxiv - 626 p. Collection : Library Science Text Series.

DE KAENEL Isabelle (dir.). *Les services de référence : leur place dans les réseaux et systèmes d'information documentaire.* Genève : Ed. de l'IES, 1992. 135 p. Collection « Nouveaux cahiers de l'I.E.S. » n° 1.

LAMY Jean-Philippe. L'entretien de référence : une notion à introduire dans un enseignement rénové. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 6, p.52-58.

KATZ William A. *Introduction to reference work.* New York : McGraw Hill, 7 éd. : 1997. 2 vol. : t.1. Basic information services, 444 p., t.2. Reference services and reference processes, 286 p.

REZZONICO Ariane. *Le service de référence.* Cours de formation initiale des bibliothécaires stagiaires, 10 mai 1999.

VERRY-JOLIVET Corinne (dir.). *Créer et gérer un service de référence.* Villeurbanne : Institut de Formation des Bibliothécaires, avril 1996. 143 p. Collection « La boîte à outils » n°3.

Expériences

Expériences internationales

BIBLIOTHEKARISCHE AUSLANDSSTELLE. Kulturstiftung der Länder aus Mitteln des Bundesministeriums des Innern. *Proceedings des internationalen Seminars 1997 : Business*

Information. Internationale Seminar « Business Information » in der Akademie Frankenwarte in Würzburg 29. Juni – 4. Juli 1997. S.l. : s.n., s.d. 363 p.

Disponible aussi en grande partie en ligne par le serveur de l'Université de Kiev [visité le 2/02/1999]: <URL : <http://www.ukma.kiev.ua/ukmalib/UKRAINE/ausland.html>>

YAHOO. Business and economy. *Business libraries.* [on-line]. Available from internet :

<URL : http://dir.yahoo.com/Business_and_Economy/Business_Libraries/>

Expériences françaises

ARIST RHÔNE-ALPES. *Arist Rhône-Alpes.* [on-line]. Lyon : Arist Rhône-Alpes, [visité le 29 mars 1999]. Available from internet : <URL : <http://www.arist.rhone-alpes.cci.fr>>

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LYON. Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon : Mode d'emploi. *Supplément de l'Activité Economique*, janvier 1999, n°138, 24 p. Disponible aussi en ligne sur le site officiel de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon [2.02.1999] : <URL : <http://www.lyon.cci.fr>>

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS. *Information économique et commerciale.* [on-line]. Paris : Chambre de commerce et d'industrie de Paris, [visité le 29 mars 1999]. Available from internet : <URL : <http://www.cci.fr/die/somm2.htm>>

KOENIG Marie-Hélène, RIBAUT Bernadette. La Médiathèque des entreprises. *Bulletin des bibliothèques de France*, 1998, T. 43, n° 4, p.56-60.

GAUTHERON Isabelle. Infothèque, de l'aide au chercheur d'emploi au service des entreprises. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.46.

POLE UNIVERSITAIRE LEONARD DE VINCI. *Infothèque du Pôle Universitaire Léonard de Vinci.* [on-line]. Available from internet : <URL : <http://www.devinci.fr/infotheq/>>

LE MEN Hervé. BUTC : les entreprises, un nouveau public pour les BU. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.48.

LIMOSIN Guy. BPI, extrait d'un journal de bord. *Archimag*, juin 1997, n°105, p.47.

UNIVERSITE TECHNOLOGIQUE DE COMPIEGNE (UTC). *Bibliothèque Universitaire de l'Université technologique de Compiègne.* [on-line]. Compiègne : UTC, [visité le 8/02/99]. Available from internet : <URL : <http://www.utc.fr/butc.htm>>

VILLE D'ISSY-LES-MOULINEAUX. *Médiathèque d'Issy-les-Moulineaux.* [on-line]. [visité le 29/03/99]. Available from internet : <URL : <http://www.issy.com/dynam/parten/mediat/mediat0.html>>

Expériences britanniques

BIRMINGHAM CITY COUNCIL : Public Libraries Department. *La Bibliothèque Centrale.* Plaquette de présentation (version française) : 8 p.

BONNIN Jean-François (BM de Saint-Etienne). *The Mitchell library (Glasgow) – 30 mars-3 avril 1992*. Compte-rendu de stage, Direction du livre et de la lecture, Département des bibliothèques, Bureau de la formation et des qualifications : « *Les reference services en Grande-Bretagne* », 14 p.

BRITISH LIBRARY, Science Reference and Information Service. *Business Information Service*. [on-line]. Londres : British Library, [visité le 2/02/1999]. Available from internet : <URL : <http://portico.bl.uk/services/stb/bis.html>>

FERDENZI Claire (BM de Saint-Quentin-en-Yvelines). *Stage effectué à Birmingham - Central Library, Chamberlain Square, du 28 mars au 4 avril 1992 : Découverte des « référence and community services »*. 13 pages + 18 pages d'annexes.

HAMZAOUI Sylvie (BM de Reims). *The Mitchell Library :Rapport de stage – Glasgow – du 30 mars au 3 avril 1992*. 55 p.

NATIONAL LIBRARY OF SCOTLAND. *Scottish Science Library and Business information service*. [on-line]. Available from internet : <URL : <http://www.nls.ac.uk/aboutnls/scottishsciencelibrary.htm>>

VEYRON Franck. *Le réseau de lecture publique de la ville de Glasgow (Ecosse) : une brève présentation*. Mémoire de stage de diplôme de conservateur : ENSSIB (Villeurbanne), 1995. 27 p.

Expériences américaines

LIBRARY OF CONGRESS. *Business reference services (science, technology & business division)*. [on-line]. Washington : Library of Congress. Available from internet : <URL : <http://lcweb.loc.gov/rr/business/>>

LOS ANGELES PUBLIC LIBRARY. « *Business and Economics* » Department. [on-line]. Los Angeles : Public Library. Available from internet : <URL : <http://www.lapl.org/central/bu.html>>

UNIVERSITY OF CALIFORNIA. *Thomas J. Long Business and Economics library*. [on-line]. Berkeley. Available from internet : <URL : <http://www.lib.berkeley.edu/BUSI/>>

UNIVERSITY OF KANSAS. *Institute for Public Policy and Business Research (IPPBR)*. [on-line]. Available from internet : <URL : [wysiwyg://13/http://www.ukans.edu/cwis/units/IPPBR/ab_ippbr/ippbr.shtml](http://www.ukans.edu/cwis/units/IPPBR/ab_ippbr/ippbr.shtml)>

Expériences danoises

VILLE DE COPENHAGUE. *Bibliothèques municipales de Copenhague*. [on-line]. Version française. Available from internet : <URL : <http://www.kkb.bib.dk/s15p3.htm>>

COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL. *Copenhagen Business School Library*. [on-line]. Available from internet : <URL : <http://www.cbs.dk/library/indexuk.html>>