

**E.N.S.S.I.B.**  
**ECOLE NATIONALE SUPERIEURE**  
**DES SCIENCES DE L'INFORMATION**  
**ET DES BIBLIOTHEQUES**

**UNIVERSITE**  
**CLAUDE BERNARD**  
**LYON 1**

**DESS en INFORMATIQUE DOCUMENTAIRE**

---

**Rapport de Recherche Bibliographique**

**La Fonction de l'Accueil dans les Services**

Claudine OLIVERO-TISSOT

Sous la Direction de : Jean-Michel SALAUN

E.N.S.S.I.B.

**E.N.S.S.I.B.**  
**ECOLE NATIONALE SUPERIEURE**  
**DES SCIENCES DE L'INFORMATION**  
**ET DES BIBLIOTHEQUES**

**UNIVERSITE**  
**CLAUDE BERNARD**  
**LYON 1**

**DESS en INFORMATIQUE DOCUMENTAIRE**

**Rapport de Recherche Bibliographique**

**La Fonction de l'Accueil dans les Services**

Claudine OLIVERO-TISSOT

Sous la Direction de : Jean-Michel SALAUN

E.N.S.S.I.B.



1993

ID

25

1993

40 f.

# **LA FONCTION D'ACCUEIL DANS LES SERVICES**

**Claudine OLIVERO-TISSOT**

**MOTS CLES:** Relation individu institution ; utilisateur ; employé ; service utilisateur; service public ; bibliographie..

**KEYWORDS :** Institution person relation ; user ; employee ; user service ; public utilities ; bibliography.

## SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE.....	4
1 - Recherche manuelle .....	4
2 - Consultation de Francis sur CD-ROM.....	4
3 - Interrogation des bases de données.....	5
3.1 - Recherche des concepts.....	6
3.2.- Interrogation des bases sur Dialog.....	6
STRUCTURATION DE LA BIBLIOGRAPHIE.....	10
BIBLIOGRAPHIE LA FONCTION DE L'ACCUEIL.....	11
1 - L'interaction .....	11
1.1 - Description.....	11
1.2 - Interaction dans l'administration .....	12
1.3 - Interaction dans les bibliothèques.....	12
1.4 - Interaction dans les Entreprises .....	13
2 - L'accueil.....	19
2.1 - Dans l'administration.....	19
2.1.1 - Dans les bibliothèques.....	22
2.1.2 - Dans les P.T.T. ....	26
2.1.3 - Dans les autres administrations.....	30
2.2 - Dans les entreprises.....	31
3 - Former le personnel à l'accueil.....	36
3.1 - Dans les services publics.....	36
3.2 - Dans les bibliothèques.....	37
3.3 - Dans les entreprises.....	38
CONCLUSION.....	40

## INTRODUCTION

Actuellement, le marketing est une technique de gestion qui s'applique à tout type d'organisations qu'elles soient ou non à but lucratif.

*...le succès du marketing va progressivement le faire déborder du domaine des produits matériels ou des transactions commerciales. Son ambition aujourd'hui, nous connaissons l'immodestie de ses adeptes..., est de gérer l'ensemble des échanges d'une société.*

In : Les maîtres du temps, J. M. Salaün, 1992.

Le marketing appliqué aux entreprises de services a permis l'émergence d'un nouveau concept, celui de servuction, concept qui caractérise la participation de l'utilisateur à la production du service. Le sujet de son étude est d'analyser l'activité du service qui se passe en contact avec l'utilisateur (le client, l'utilisateur...).

L'accueil est un des aspects de cette activité. C'est la raison pour laquelle Jean-Michel Salaün m'a demandé de rassembler les documents traitant de cette fonction sans délimitation par rapport au lieu où elle s'exerce (entreprises ou administrations).

---

# METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Trois sources d'information ont pu être utilisées.

## **1 - Recherche manuelle**

---

La recherche dans les catalogues des bibliothèques et dans les sommaires de revues m'a permis de trouver trois références d'articles pertinents. Ce début de recherche, outre le fait qu'il a alimenté la bibliographie de 3 références, m'a appris à me garder des titres où le mot accueil était stipulé ; car en me référant au contenu desdits documents j'ai pu constater que le terme accueil était souvent employé dans un sens large et général (on parle de la capacité d'accueil) et non pas pour décrire une interaction de face à face entre le personnel et le client.

- **Consultation** des sommaires de :

**Politiques et management public**

**Une référence** trouvée :

-**Consultation du catalogue du Centre de documentation de l'Institut de Recherche sur les Entreprises (I.R.E.) du groupe E.S.C. à Ecully.**

**17 références de documents pertinents.**

## **2 - Consultation de Francis sur CD-ROM.**

---

**FRANCIS**

**Producteur** : CDSH/CNRS Centre de documentation sciences humaines

**Domaines** : multidisciplinaires

Le temps de l'interrogation en CD-ROM n'étant pas soumise à un coût, j'ai pu tester tous les mots que j'avais dégagés lors de la recherche manuelle précédente.

Les équations de recherche étaient :

(LI=accueil) et (LI=interaction) 3 réponses

DEF=interaction et DEF=service\* 10 réponses

LI=interaction face à face 1 réponse

LI=servuction 5 réponses

DO=administration et LI=accueil 1 réponse

DO=administration et (LI=usager\*) 2 réponses

DO=administration et LI=accueil et (LI=employé\* ou LI=usager\* ou LI=public\*) 38 réponses, 8 pertinents

LI=interaction\* et LI=service\* et (LI=usager\* ou LI=client\* ou LI=public\* ou LI=employe\* ou Li=personnel) 20 réponses

La consultation de Francis sur CD-ROM a été fructueuse puisqu'elle a permis de dégager 19 réponses pertinentes .

### **3 - Interrogation des bases de données**

---

Le sujet nécessitait de chercher dans des bases spécialisées en management, en information, en administration sans délimitation de période, de langue ou de types de documents.

Pour toutes les bases évoquées les champs interrogés ont été les champs "titres" (ti), les champs "résumés" (AB). Pour la banque de données Logos sous Questel le champ "descripteur" a été interrogé.

### 3.1 - Recherche des concepts

Les concepts s'imposaient d'eux-mêmes puisque le sujet porte sur l'interaction entre le personnel et le client ou l'utilisateur dans la fonction de l'accueil.

Les concepts étaient donc les suivants :

- public ou client ou usager
- employé ou personnel en contact ou personnel
- interaction de service
- accueil ou orientation ou information

### 3.2.- Interrogation des bases sur Dialog

Les premières bases interrogées ont été en "one search" :

#### **DELPHES 481**

**Producteur** : Chambre de commerce et d'industrie de Paris, Direction des études

**Domaines** : Economie, activité des entreprises, gestion des entreprises

#### **MANAGEMENT CONTENTS 75**

**Producteur** : Information access company

**Domaine** : Gestion des entreprises, comptabilité.

#### **INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS 202**

**Producteur** : IFI - Plenum data company

**Domaine** : science de l'information

Deux des bases étant américaines et la troisième française, les termes ont été interrogés dans les deux langues, les équations de recherche ont été :

**S1** (employe? or personnel?(1w)contact or staff? or personnel?)/AB, TI

**S2** (provider? or usager? or client? or customer? or user?)/AB, TI

**S3** (interaction(s)service?)/AB, TI

**S4** (orientation or accueil or reception)/AB, TI

**S5** S1 and S2

**S6** S3 and S5

S7 S4 and S2

S8 S6 and S7 1 réponse qui visualisée était pertinente mais insuffisante !

S9 S6 or S7 188 réponses : trop de bruits !

Une nouvelle tentative consistant à croiser deux descripteurs :  
CUSTOMER SERVICE and PERSONNEL MANAGEMENT  
ayant donné beaucoup trop de bruits, une **réduction des concepts** était  
nécessaire ainsi qu'un **élargissement** des bases de données interrogées.

- public ou usager ou client
  - personnel ou personnel en contact ou employé
- ces deux concepts sont croisés avec le terme :
- accueil

Les deux nouvelles bases interrogées ont été Pascal et Lisa.

## PASCAL

**Producteur** : Institut de l'information scientifique et technique (INIST-CNRS)

**Domaine** : sciences et techniques - sciences de la vie - science de l'information.

## LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE ABSTRACTS (Lisa)

**Producteur** : Library association publishing

**Domaine** : Sciences de l'information. Bibliothèques et centres de documentation.

Voici les questions et les réponses de l'interrogation des deux bases Pascal et Delphes en "one search" :

set detail on

? s (employe? or personnel? or (1w)contact or personnel?)/ab,ti

30066 EMPLOYE?/AB,TI

25820 PERSONNEL?/AB,TI

44044 CONTACT/AB,TI

14 PERSONNEL?/AB,TI(1W)CONTACT/AB,TI

25820 PERSONNEL?/AB,TI

S1 5504 (EMPLOYE? OR PERSONNEL?(1W)CONTACT OR PERSONNEL?)/AB,TI

?s (client? or usager? or public?)/ab,ti

16562 CLIENT?/AB,TI  
 2709 USAGER?/AB,TI  
 5158 PUBLIC?/AB,TI  
 S2 69420 (CLIENT? OR USAGER? OR PUBLIC?)/AB,TI

?s accueil/ab,ti  
 S3 2905 ACCUEIL/AB,TI

?s s2 and s3  
 69420 S2  
 2905 S3  
 S4 451 S2 AND S3

?s s4 and s1  
 451 S4  
 55040 S1  
 S5 35 S4 AND S1

Les références des 35 articles ont été déchargées.

Bases interrogées	Articles déchargés	Articles retenues
Delphes	29	13
Pascal	6	5

Des questions identiques, mais cette fois en anglais ont permis d'interroger les trois bases américaines : **Information science abstract**, **Lisa** et **Management contents**. Les résultats se sont décomposés de la manière suivante :

Bases interrogées	Articles déchargés	Articles pertinents
<b>Lisa</b>	7	6
<b>Management contents</b>	5	3
<b>Information science abstracts</b>	23	3

### 3.3 - Interrogation sur Questel

#### LOGOS

**Producteur :** la Documentation française

**Domaines :** politique française, économie, société, administration.

L'interrogation de Logos s'est présentée de la façon suivante :

1	8954	employe? ou (personnel?1avcontact) ou personnel?)
2	2104	usager? ou client? ou public?
3	206	1 et 2
4	2866	accueil
5	931	lexique/BI relations administration usager relations administration usagers
6	91	5 et 4
7	16	6 et 3

Sur les 16 articles sélectionnés 13 se sont révélés pertinents.

---

## STRUCTURATION DE LA BIBLIOGRAPHIE

67 documents ont été retenus pour figurer dans la bibliographie. La dernière étape a consisté à regrouper ces données pour les présenter de façon structurée. L'interrogation ayant été très large les monographies et articles cités évoquaient le rôle de l'accueil dans le contexte de l'entreprise et de l'administration. Dans ce dernier contexte était spécifié l'accueil dans les P.T.T., les bibliothèques ou d'autres administrations (ANPE, Mairies etc...).

L'analyse des références et des résumés obtenus a permis de dégager trois grandes parties pour traiter la fonction de l'accueil :

**La première partie** est la description de l'interaction qui a lieu entre d'une part le personnel et d'autre part l'utilisateur ou le client. Les références sont regroupées suivant le contexte (administration, entreprises etc...) où l'interaction a lieu. Ces regroupements, plus ou moins détaillés seront une constante dans les deux autres parties également.

**La deuxième partie** aborde l'accueil proprement dit. Il est spécifié chaque fois que l'amélioration du service est envisagée.

Enfin, **dans la troisième partie**, les données recueillies indiquent la nécessité de sensibiliser et de former le personnel à l'accueil.

A l'intérieur de toutes les parties, les références sont classées par ordre alphabétique auteurs - ou titres pour les anonymes. Seul, le paragraphe traitant de l'accueil dans les P.T.T. est classé par ordre chronologique en partant du plus récent.

A la demande de J. M. Salaün, j'ai rajouté une marque (\*, maximum \*\*\*) selon l'intérêt du document par rapport au sujet.

## **Bibliographie**

### **La Fonction de l'Accueil dans les Services**

# BIBLIOGRAPHIE

## LA FONCTION DE L'ACCUEIL

### 1 - L'interaction

---

#### 1.1 - Description

**GROSJEAN Michèle** - *La Question dans les prestations de service : l'exemple du guichet du métro parisien* - In : La Question, P.U.G., 1990.

\*

L'étude de Michèle Grosjean porte sur un site bien particulier : les guichets du métro parisien. Elle s'intéresse aux fonctions remplies par les différents types de questions produites dans ce cadre, montre que la distribution des questions entre agents et usagers reflète l'asymétrie foncière de leurs rôles respectifs, et qu'il arrive qu'un tel dispositif donne lieu à des malentendus et conflits, du reste caractéristique des "relations de service" dans leur ensemble.

**SCHEGLOFF E.** - *Some sources of misunderstanding in talk in interaction* - In : Linguistics, vol. 25, n° 287, 1987, pp. 201-218.

\*

Etude du malentendu dans l'interaction face à face et des corrections discursives. Influence des facteurs socio-culturels dans la production des erreurs.

**VEYS P.** - *Contribution à l'étude des services, analyse des systèmes de servuction* : Thèse d'Etat science et gestion, Eiglier P., dir. - Aix en Provence, I.A.E., 1981.

\*

Etude du système de servuction général. L'accent est mis sur les interactions réciproques des éléments propres au système et sur les relations de ces derniers avec son environnement. L'auteur procède à la construction d'un modèle représentant le système de servuction général et

traite de la spécificité du système de servuction automatisé caractérisé par l'existence d'un consommateur à la fois servucteur et client. La théorie développée est appliquée à l'étude du comportement des usagers face à la distribution des titres de transport du métro de l'agglomération lyonnaise .

## 1.2 - Interaction dans l'administration

**GOODRELL C.B.** - *Welfare waiting rooms* - In : A journal of ethnographic research (USA), vol.12, n° 4, 1984, pp. 467-477.

\*

L'auteur fait de l'observation directe dans 28 salles d'attente des services publics d'assistance de longue durée, de sécurité sociale et d'indemnités chômage. Ces lieux étant connues pour de longues attentes et des mauvaises conditions d'accueil. Des échantillons de 20 clients ont été interviewés après le contact avec les services.

## 1.3 - Interaction dans les bibliothèques

**MATLINA S. G.**- *Library services: myths and reality.*- In : Nauchnye i Tekhnicheskie Biblioteki SSSR, (8) 1991, 3-7. 7 refs.

\*

Libraries cannot survive under market economy conditions without offering current and potential users services which meet their requirements. To review the state of library services the Regional Universal Scientific Library of Volgograd organised, in Sept 90, a round table discussion entitled 'Library services: Myths and reality'. Discusses the programme of the event, attended by representatives of scientific libraries of Volgograd which covered: the utilisation of personal book collections, automation of library work in relation to user requirements, the importance of personal qualities of librarians, introduction of fee based services, coordination of library services, and interactions between staff and users.

**KLEPPER, E.V.et NAGIBINA, V.V.**- *Library applications of management and marketing methods.*- In : Nauchnye i Tekhnicheskie Biblioteki SSSR, (1) 1991, pp. 3-8.

\*\*

Examines the impact of management and marketing on

librarianship. As these disciplines are not exact sciences, local requirements should be taken into account when applying management and marketing methods. Attempts to define rules which should be observed by library leaders during interactions with administrative departments of their organisations and library users; and between members of library staff.

*The customer contact approach to services : theoretical bases and practical extensions -*  
In : Operations research, Vol. 23, n° 4, 1981, pp. 686-706.

\*

This paper reviews the underlying of the customer contact approach to services and suggests specific ways in which this approach can be applied to a wide range of service systems. The approach holds that the potential efficiency of a service system is a function of the degree of customer contact entailed in the creation of the service product.

#### 1.4 - Interaction dans les Entreprises

**ARNAUD J.M.**- *Interaction entreprise de services/clients.*- In : MSE - Cahiers de recherche de l'IRE, 1987, sept, n° 8711, 67 p.

\*

Ce document de recherche présente les premiers résultats issus de la phase exploratoire du programme de recherches mené à l'IRE dans le domaine du marketing des services aux entreprises et dont le thème central est l'analyse des relations Entreprises de service/client. Ce document détaille les bases méthodologiques d'analyse des relations entreprises de services/clients puis sont présentés les premiers résultats empiriques et les principaux apports théoriques relatifs à l'identification des différents intervenants dans le cadre.

**BITRAN G., et HOECH J.** - *The humanization of service : respect at the moment of truth* - In : Strategy management Revue, Vol. 31, n° 2, Winter, pp. 89-96.

\*

Examines the close ties between service quality in high-contact services and the personal relationship between server and customer, and argues that actively understanding this relationship can yield higher service revenues through increased customer satisfaction and loyalty. Discusses the relationship as a power play, identifies different forms of server and customer power, and stresses the importance of analyzing the relationship

to define the degree of contact, the need for server-customer communication, and the degree of customer control over the process. Illustrates how this analysis framework worked in practice in an unnamed electronic equipment service organisation, with notes on its redesign, performance measurement and employee feedback.

**BONE Jan.**- *Platform automation: beyond the glitz. (computerization of customer service in banks).*- In : Magazine of Bank Administration, vol. 63 March, 1987, p38(3).

Platform automation, which provides computer terminals to bank customer sales personnel, can make sales efforts smoother and faster, cutting time and increasing productivity. Training for customer sales representatives (CSRs) is key to successful introduction of technology into bank sales. CSRs who learn how to use the computer as an interactive selling tool surpass mere order-taking and are able to elicit useful information about customer needs. If both the customer and the CSR can look at a display screen simultaneously, the computer's presence can foster discussion rather than intrude in the interaction.

**CHASE R.** - *When does the customer fit in a service operation* - In : Harvard Business Review, nov.-déc. 1979, pp. 137-140.

L'auteur propose de classer les services en fonction du degré de contact entre l'entreprise et le client que leur production entraîne (temps passé et présence du client dans le système de production de service). Les systèmes de production de service à haut degré de contact sont pour lui les plus difficiles à maîtriser et à rationaliser. Il développe les implications pour le management des opérations de service.

**DAVIDSON D.**- *How to succeed in a service industry : turn the organization chart upside down* - In : Management Review, avril 1978, pp. 13-16.

\*

Quelques réflexions sur l'importance des relations entre le client et l'employé dans les entreprises de services. De la qualité de ces relations dépend le succès de l'entreprise.

**EIGLIER P., LANGEARD E. et DAGEVILLE C.** - *La qualité de service* - Aix-en-Provence, Institut d'administration des entreprises, 1988, 21 p.

\*

Après avoir précisé la notion de qualité, ce papier analyse les problèmes spécifiques de la qualité des services. Cela nécessite d'examiner la servuction et le concept d'offres de services. Des difficultés apparaissent aux niveaux suivants : définition du service, contrôle de la prestation, relation de participation, relations entre clients, standardisation dans le temps et l'espace. Le point suivant traite de la politique de qualité pour les services, en partant du modèle conceptuel développé par Parasuraman, Zeithaml et Berry en 1984, qui permet d'identifier les principales étapes de l'élaboration d'une politique de qualité d'une entreprise de services et les principes de défaillance d'une telle politique.

**FLIPO J.P., et MAGNIN B.** - *La Relation prestataire-client : de la dyade au système d'interfaces* - In : 1er séminaire international de recherches en management des activités de service, Aix en Provence : I.A.E., 1990, pp. 248-268.

\*

En marketing les recherches les plus récentes se sont focalisées sur la relation dyadique personnel en contact-client. L'article propose une vision élargie de cette dyade, selon le concept de "systèmes d'interfaces". Celle-ci se situe à mi-chemin entre une perspective de management général et une seconde qui concerne la gestion de la relation directe client-personnel en contact .

**FRANKE, Robert H.**- *Relationship selling must focus on 'emotional bank accounts.'* (sales management).- In : Bank Marketing, vol. 20 April, 1988, p10(2).

Bank sales efforts must focus on overcoming the social and cultural hesitations most bank personnel have about selling. It is important to learn how to sell bank relationships, not bank products. Attitudes and perceptions must be changed so that bank sales personnel feel that they are being helpful to the customer when they sell. Selling 'emotional' bank accounts means applying empathy, logic, and ethics toward customers problems and needs. The steps of relationship selling and emotional bank accounts are: targeting desired markets, getting plenty of information about the customer, selling benefits to the customers' needs, and maintaining a high level of customer interaction to keep that emotional bank account alive and well.

**HANCOX A., WORRAL L. et PAY J.** - *Developing a customer-oriented approach to service delivery : the wrekin approach* - In : Local government studies, vol. 15, n° 1, Janvier-février 1989, pp. 16-25.

Reviews how a customer orientation was developed at Wrekin Council in order to create a climate employees act positively to customers and their needs. An attitude survey of Wrekin residents alerted managers to particular problems, and was used to motivate staff ; reaches a number of conclusions which are equally applicable to private sector management, the importance of an organizational culture with a genuine concern for the customer.

**JOHNSON Gail Cook.**- *Empowering employees. (Customer Satisfaction).*- In : Canadian Business Review vol.18 Summer, 1991, p47(3).

\*

The REACON Employee Opinion Survey Data Bank, a data base comprised of the replies of over 15,000 employees in 59 North American organizations to public opinion surveys, reveals that employee empowerment is one of the keys to providing quality customer service. The companies with the highest rates of customer satisfaction promote communication between management and employees, facilitate employees' interaction with customers, and encourage employee feedback. The firms that are leaders in customer service display a commitment to service, promote teamwork, devote resources to personnel to measure their competence, and have managerial principles stressing communication, employee feedback, and a proactive orientation.

**MIETTILA A. et MOLLER K.** - *Interaction perspective professional business services : a conceptual analysis* - In : 1er séminaire international de recherches en management des activités de service, Aix en Provence : I.A.E., 1990, pp. 549-577.

\*

Services are produced and consumed in interaction between service providers and customers. Surprisingly, however, conceptual analyses of buyer-seller interaction have been scarce in service marketing literature. The paper introduces a preliminary conceptualization of buyer-seller interaction in professional business service industries. The framework has its origins in the exchange and organization theories. The content of buyer-seller interaction is examined and the evolving bonds and outcomes are identified. Advantages and problems related to the framework are briefly discussed in the end of the paper .

**MIUS PK** - *On the quality of service in encounters : on agency perspective* - In : Journal of business Research, Vol. 20, n° 1, janvier 1990, p. 31-41.

\*

A fundamental production unit of service organizations is the face to face encounter between the service employee and clients/customers. Here, the service encounter is analyzed by combining organization theory with agency theory, showing the crucial factors that effect quality service in dyadic interaction between service providers and clients/customers.

**PERKINS S. et TEXIER L.** - *Innovation et développement de services nouveaux* - In : MSE Cahiers de recherche de l'IRE, n° 8814, 1988, 58 p.

Ce document de recherche présente une revue de la littérature dans le domaine du marketing des services consacrée aux thèmes de l'innovation et du développement de services nouveaux. Ce document présente les modèles de processus d'innovation, et développe la dimension de la gestion de l'innovation propres aux activités de services (rôle du personnel en contact, rôle du client, adaptation de la structure des entreprises de services).

**ROBINSON B. M.**- *Reference services: a model of question handling..*- In :Reference Quarterly, Vol. 29, Issue 1, p. 48-61, Fal 1989, 15.

This article describes a conceptual framework and a vocabulary which can be used to discuss strategies and choices involved in question handling. A model of question handling is presented which provides for: (1) developing strategies for handling questions; (2) evaluating the appropriateness of the strategy; and (3) relating levels of service to resource requirements. The model can be used both as a diagnostic and training tool and as a management tool for gathering information needed to make decisions regarding the allocation of staff time and the use of information resources. The model involves five phases: conducting a reference interview; formulating a question handling strategy; handling the question ; reporting the result to the client ; and evaluating the service delivered. It describes the reference librarian's interaction with a client and the types of decisions which a librarian makes when selecting and matching the level of resources to the desired level of service. Levels of resources and services are defined, as are the concepts of simple and complex questions and answers, and level of difficulty in handling a question.

**SIEHL C., BOWEN D. et PEARSON C.** - *The role of rite of integration in service delivery* - In : 1er séminaire international de recherches en management des activités de service, Aix en Provence : I.A.E., 1990.

\*

Rites of integration can establish the appropriate level of psychological involvement between service providers and costumers during the service encounter. This facilitates customers sharing information necessary for service production and the favorable evaluation by customers of the cues they perceive during the service delivery process. The design of alternative rites that result in varying levels of involvement are describep, as are the consequence associated with customers having their expectations of involvements confirmed or disconfirmed.

**SOLOMON M., SURPRENANT C. et CZEPIEL J. A.** - *A role theory perspective on dyadic interaction: the service encounter* - In : Journal management, Vol. 49, winter 1985, pp. 95-111.

\*\*

This article proposes that the dyadic interaction between a service provider and a customer is an important determinant of the customer's global satisfaction with the service. Based on role theory, a theoretical framework is presented which abstracts some of the critical components of service encounters across industries.

**WATSON I.** - *Managing the relationship with corporate customers* - In : International Journal bank marketing, Vol. 4, n° 1, 1986, pp. 19-34.

Considers there to be three strands of research contributing to the management of bank relationship, and the major sale-all of which are necessary to the role of the account manager ( an individual assigned to a specific customer); looks at components of account management - from market research to nurturing the relationship, and presents a model of the communications with the customer.

**WILLIAMS Kaylene C. et SPNIO Rosann L.**- *Communication style in the salesperson-customer dyad.*- In : Journal of Marketing Research, vol. 22, nov, 1985, p 434(9).

\*

Summary information for communication style measures.; Correlation matrix for communication style measures.; Regression of communication style scores on sales. Communication styles are shown to

have a direct impact on the success of sales interactions with customers. The communication styles of both sales personnel and customers are categorized for the study as task oriented, self oriented, and interaction oriented. Scales are then developed to measure styles and see how sales outcomes are affected by the style of the communicators involved. The most successful salespeople are those who recognize communication styles in their customers and adjust their communications accordingly.

## **2 - L'accueil**

---

### 2.1 - Dans l'administration

**BRACHET P.**- *Vers une nouvelle étape dans la modernisation des relations administration-usagers.*- In : Revue de science administrative de la Méditerranée occidentale, 1988-1989, n° 24-25, pp. 24-28.

D'après les résultats d'une enquête, analyse des relations selon deux modèles différents. Nécessité d'aller vers une modernisation égalitaire des relations, représentation départementale des usagers coordonnée par le médiateur départemental, revalorisation de l'accueil.

**BUTLER W., COLONNA C. et DUTOIT R.** - *Groupe 3 : l'utilisateur et le service public* - In : Séminaires 1982 - Voies d'administration générale : l'individu, le groupe et les états, Rapport, 1982, 54 p.

Les services publics et les usagers : l'information (publication, formulaires, audiovisuel, télématique) le contact avec les usagers (accueil, simplification administrative, rôle des conseillers publics et du médiateur), la connaissance des demandes par sondages. L'action collective des usagers par les organisations de consommateurs, les associations. La participation des usagers par consultation, concertation. Recherche d'une stratégie de la participation nécessitant de vivifier la concertation et d'établir un bilan des relations avec le public.

**Circulaire de M. Michel Rocard**, Premier ministre, aux membres du gouvernement, parue au Journal officiel le 24 février 1989 et lettre envoyée personnellement aux ministres et secrétaires d'Etat le 3 août 1989, *sur le renouveau du service public.*

Présentation des orientations pour un renouveau du service public sur la

base du respect de la société civile et de l'administration (nécessité d'une adaptation de l'Etat pour accompagner ou devancer les mutations de la société).

1 - Une politique de relations du travail renouée dans la gestion du personnel (revalorisation de la gestion des ressources humaines, formation des cadres, gestion prévisionnelle des emplois et effectifs, réflexion sur les conditions de travail, formation en coopération avec les syndicats) et dans le développement du dialogue social des administrations (négociations sur de nouveaux thèmes et décentralisation du dialogue, concertation avec les syndicats).

2 - Une politique de développement des responsabilités avec la mise en oeuvre d'un programme de déconcentration, de projets de service et d'une réflexion sur les règles de comptabilité publique, et la création de centres de responsabilité expérimentaux avec des règles de gestion budgétaire simplifiée.

3 - Un devoir d'évaluation des politiques publiques grâce à la réflexion du Commissariat général au Plan, à un développement d'actions expérimentales et d'études sur l'évaluation, et à l'utilisation d'organismes publics d'évaluation comme des instances d'audit permanentes (Cour des Comptes, corps d'inspection et de contrôle).

4 - Une politique d'accueil et de service à l'égard des usagers avec le développement de l'information du public (guide télématique, télécopie, audiovisuel, CIRA) et l'élaboration de projets de service, la personnalisation des relations entre l'administration et les usagers, la fourniture de photocopies et de timbres fiscaux sur place, le développement de l'échange électronique entre les administrations et les entreprises et des procédures de conciliation entre l'administration et les usagers. Présentation d'un programme d'action en 7 points prévoyant notamment un séminaire gouvernemental avant l'été 1989 sur le renouveau du service public.

**Conseil des ministres du 22 Février 1989** : *Le renouveau du service public.*

Dans le cadre des orientations ainsi tracées, le Premier ministre a fixé le programme de travail du gouvernement en matière de renouveau du service public pour les prochains mois.

1 - Chaque ministre devra élaborer un plan de modernisation à court et moyen termes, incluant les actions déjà engagées, notamment dans le domaine de l'informatique et de la bureautique. Une première version de ce plan devra être présentée avant le 1er septembre prochain. Elle devra comporter des mesures portant sur chacune des quatre orientations présentées dans cette communication.

2 - Le ministre de la fonction publique et des réformes administratives engagera le processus de développement des relations contractuelles dans la fonction publique de l'Etat en ouvrant des négociations avec les organisations syndicales. Ces négociations porteront en premier lieu sur la formation continue et la mobilité des personnels, en vue d'aboutir à des accords cadres qui serviront de base aux discussions dans chacune des administrations sur ces mêmes sujets. Le ministre de l'intérieur et le ministre de la solidarité, de la santé et de la protection sociale engageront ou poursuivront un processus analogue dans les fonctions publiques hospitalière et territoriale en liaison avec le ministère de la fonction publique et des réformes administratives. Les négociations dans la fonction publique territoriale se dérouleront en concertation avec des représentants des élus locaux.

3 - Chaque ministre incitera ses services à une réflexion collective sur les missions qui leur sont assignées et sur la manière de les remplir. Cette réflexion pourra aboutir à l'élaboration de projets de service, tout particulièrement dans les services extérieurs. Il suscitera des candidatures à la création de centres de responsabilité expérimentaux.

4 - Le développement systématique des actions d'évaluation des politiques publiques sera mis au point par le ministre de la fonction publique et des réformes administratives et le secrétaire d'Etat chargé du plan.

5 - Les ministres interviendront auprès des établissements publics ou entreprises publiques relevant de leur autorité et, en liaison avec le ministère de l'intérieur, auprès des préfets pour engager des opérations concrètes en faveur de l'accueil et de l'information des publics.

6 - Le Premier ministre réunira, en présence des ministres de tutelle, les dirigeants des entreprises publiques gérant un service public pour les engager à traduire dès maintenant ces orientations dans leur action.

7 - Le Gouvernement se réunira en séminaire avant l'été pour faire le point des travaux engagés et examiner les possibilités de lancer de nouvelles actions. Les fonctionnaires comme le public seront tenus régulièrement informés de l'avancement de l'ensemble de ces travaux.

**Déclarations de M. Michel Durafour**, ministre de la fonction publique et des réformes administratives, *sur le renouveau du service public*, Paris les 12, 13 et 14 septembre 1990.

Rappel des objectifs prioritaires pour la rénovation du service public (rénovation des relations du travail, développement des responsabilités, évaluation des politiques publiques, amélioration de l'accueil et du services des usagers) et bilan des réalisations : plans de modernisation ; projets de service ; centres de responsabilité ; accord-cadre sur la

formation continue et accord sur la rénovation de la grille des classifications et des rémunérations ; décret sur les déplacements ; instances d'évaluation des politiques publiques (Comite interministériel, Conseil scientifique et fonds national de développement de l'évaluation ; initiatives locales pour l'accueil des usagers et mise en place nationale de deux bases de données (Admitel, Vos droits). Présentation des grands axes de la politique de déconcentration (déconcentration financière et simplification des procédures budgétaires et comptables) et mise au point sur l'évolution des administrations centrales (notamment décloisonnement des services, clarification des missions, réflexion sur les cabinets ministériels).

**GERHARDS A.** - Le rapport Lambda : enquête d'une simple citoyenne sur l'administration de son pays - Seuil, 1987, 289 p. - Col. l'Epreuve des faits.

\*

Curiosité et investigation d'une usager tant du côté de l'administration que du côté des usagers. Les fonctionnaires, la gestion administrative, les fraudes des usagers, l'accueil des différents services, les probabilités d'innovation dans la fonction publique.

*Les Simplifications administratives, la fonction publique de l'Etat en 1984* - In : La Documentation Française, 1985, pp. 101-113.

L'administration poursuit son effort d'adaptation de ses services à ses utilisateurs : sur le plan de l'organisation et des méthodes administratives par des actions de modernisation et de simplification. Sur le plan des relations, dans le souci de l'accueil et de l'information des usagers.

### 2.1.1 - Dans les bibliothèques

**BARBIER-BOUVET, Jean-Francois.** - *L'embarras du choix: sociologie du libre-accès dans les bibliothèques.* - In : Bulletin des bibliothèques de France, Tome 31, n° 4, 1986, pp 294-297, ( 4 p ).

Analyse des comportements de recherche adoptés par le public. Introduction d'une certaine méthode dans la recherche ( l'ordre ) ou au contraire d'une limitation ( la rareté ). Faible recours aux aides institutionnelles ( catalogues, personnel d'accueil ) et très large domination de la non-demande.

**BOULANGER Claude.-** *La bibliothèque publique municipale ERASME de Rotterdam: un enclos ou un chantier d'intégration ?.-* In : Bulletin d'informations-de l'ABF, 1989 (143), pp 22-28.

Compte-rendu d'une visite d'étude du chef de service de l'accueil et de la formation de la B.P.I. à la bibliothèque municipale de Rotterdam dont l'âge, la mission et l'architecture offrent des possibilités de comparaison intéressantes avec la B.P.I. L'accent est mis dans cette présentation sur l'aménagement et l'organisation des locaux, la signalisation, l'accueil, l'accès aux documents, les facilités offertes aux différents types de lecteurs suivant leur âge ou leurs capacités, une grande attention étant donnée aux immigrés au sens de non-néerlandais. Le souci de formation permanente du personnel est également souligné.

**GENTILI A. P.-** *La Biblioteca civica di Toronto, Canada.-* In : Journal: Industr. D. Costr., 1981, 15 (117-118) 23-28.

L'implantation et les plans du bâtiment répond aux exigences des usagers et du personnel. Six étages offrent un volume de 3400 m sur 3 dont la distribution intérieure, le balisage et l'éclairage ont été particulièrement étudiés pour l'accueil et le confort des lecteurs.

**GUITTON Marcelle.-** *Objectif : la qualité de l'accueil. Evidance ou complexité ?* projet de recherche.- ENSSIB, 1992.

\*\*\*

La qualité de service tend à devenir un objectif essentiel dans le développement des services publics. De nouvelles formes de gestion, tel le marketing, pénètrent dans les établissements : l'accueil du public ne peut échapper à notre réflexion.

Notre étude porte sur l'analyse de l'organisation de l'accueil dans les bibliothèques, enrichie d'observations recueillies auprès de quelques agences postales.

**ICARDO Marie-Noëlle.-** *Immigrants and public libraries in the U.S.A.-* In : Bulletin des Bibliothèques de France, 27 (4) Apr 82, pp. 195-202.

Report of a study tour, sponsored by the Franco-American Commission for Cultural Exchange. Drawing on information gathered from visits to 8 public library networks, presents a comprehensive account of the organisation and operation of services to non-English

speakers. Details are given of: services offered; reception procedures, documents available, cataloguing and classification arrangements, and cultural activities, in relation to actual and potential users; internal organisation of services: provision of bilingual staff, cooperation with other libraries, and acquisition of foreign language materials; liaison with other relevant organisations and groups; and financial resources.

**JORGENSEN , Claus Ingemann.**- *Fresh breeze at the summer meeting; the Nordic Union of Scientific Librarians' 6th meeting of members in Aalborg.*- In : DF-Revy, 5 (6) Aug 82, pp. 175-178. illus.

\*

A general report on the 6th meeting of Nordisk Videnskabeligt Bibliokarforbunds (Nordic Union of Scientific Librarians), 200 members from the 5 Nordic countries held in June 82 at Aalborg University Centre. The theme: research library service-problems and possibilities was discussed from different angles: user confrontation, technological developments, and staff participation in decision making. Research libraries have an image of being unapproachable. This was not borne out by the friendly reception at the University and the integration of the University in the local community. The 1st day the relationship between users, the authorities and librarians was discussed. The 2nd day, the new technology was both attacked and defended, and on the 3rd day the role of the library staff was debated.

**LAMANDIER** Françoise.- *La construction du service public.*- Lyon II, DUGEC - ARSEC, 1991.

\*\*

Un partie de l'étude de F. Lamandier porte sur l'analyse de de la servuction, elle étudie particulièrement l'accueil dans la Bibliothèque municipale d'Annecy.

*Reader reception and orientation* [translated] *l'accueil et l'orientation des lecteurs.*- In : Bulletin d'information de l'AB.F., n° 217, 1979.

Report of the public libraries section discussions at the 1979 Association of French Librarians Congress on User Education, to wich this issue is devoted. The main points covered were : the tasks involved in educating public library users, the tools required, and the special staff skills needed.

**REYNOLDS Catharine J.**- *Planning space for the government documents collection in research libraries.*- 31 october 1977. Council on library resources, inc., Washington, 63 p.

This report summarizes views of government documents librarians interviewed during visits to 17 large research libraries through the united states in 1977. Information was gathered to alert the prospective planner of new or remodeled libraries to the special characteristics and problems of government documents collections and some alternative ways of handling them. The report focuses on the location, spatial arrangements, and facilities of the separate documents division within a research library, particularly as its needs may differ from other library operations some of the specific topics covered include space for processing reception and reference areas, user amenities, staff work space, records to be maintained, storage and stack areas, and the need for separate microform facilities. The most crucial needs for a separate documents collection identified during the study were an easy to find location a concentration of staff resources, compact reference and user facilities, microform facilities and storage within the documents area, large stack areas near public and work areas, and facilities and amenities equal to those in other public areas of the library.

**RIZZO Joe.**-*Ten ways to look at a library.*- In : American Librarian, 23 (4) Apr 92, pp.322-324, 326. illus.

Looking from different perspectives when planning a new library building or addition helps ensure that it will work effectively for its users and staff, meet the goals of those who fund it, and find its place in the community. Examines the following 10 ways of looking at a library : a study hall ; workplace ; distribution centre ; cost centre ; part of a community ; museum ; part-time parent ; store ; an evolving organism ; and something more -- classroom and lecture hall, reception hall, recital hall, outreach centre and clubhouse.

**SOBRINO Hipolito Escolar** (Centro coordinador de bibliotecas, madrid, Spain).-*Book review.*- In : UNESCO Bulletin for libraries, 27(5), 281-283 (1973 september-october). 1, p. 52.

A review of Carlos Victor Penna, servicios de biblioteca y de informacion. Nueva concepcion latino americana (library and information services a new latin american concept), asociacion de bibliotecarios, archiveros y

arqueologos, madrid, Spain, 1972, 142 p. The book consists of three sections, preceded by a brief introduction, and has two annexes containing the final reports of the panama and Caracas. Meetings on library and information services, wich opened new horizons spanish speaking american librarians are determined to tackle the problems of their services in a new way consistent with present day and future requirements. The tradional professional techniques (cataloging and classification) have receded into the background partly because they are now familiar and do not demand much attention from those responsible for the efficient running of library and information services of more concern are planning, wich can lead to better use and greater effectiveness of the facilities available, staff training, wich is necessary to raise standards and open up new specializations, a knowlledge of the needs and intellectual capacities of users, a subject barely touched on by librarians in any country, and international, and regional cooperation wich is something different from the passive reception of well meant but often ineffectual aid.

**URIBE ECHEVERRIA Pedro; HASSENFORDER Jean.-** *Enquête par questionnaire sur les pratiques et les besoins des utilisateurs habituels du centre de documentation recherche de l'INRP* (A questionnaire survey on the practices and needs of the customer endusers of the INRP documentation center).- In : Univ.: I.N.T.D. Degree: Mem. : Sci. inf. 1988; 1988 140 p.

\*

Le CDR (Centre de documentation-recherche de l'INRP) présente ses collections en accès libre. Ses limites, c'est-à-dire sa spécialisation, et son public fidèle, régulier sans être excessif, permettent d'en faire un outil de recherche souple, peu procédurier, ou l'accueil et l'assistance personnalisés des lecteurs sont encore possibles. La satisfaction des utilisateurs interrogés à l'égard de son fonds spécialisé et directement accessible, du système de prêt simple et rapide, et du service rendu par le personnel d'accueil en fait foi.

### 2.1.2 - Dans les P.T.T.

**Interviews de M. Paul Quilès**, ministre des postes des télécommunications et de l'espace, dans "Passages" d'avril, "Le Parisien" du 3, "France-Soir" du 9, à France-Inter le 10, RTL le 11 et dans "Vendredi" du 13 avril 1990, *sur la réforme des PTT et l'amélioration des services.*

Mise au point sur les critiques contre le projet de réforme des PTT portant

notamment sur la séparation de la poste et des télécommunications et les risques de privatisation. Rappel des principes de la réforme (exploitation publique autonome, adaptation à la concurrence, amélioration des missions de service public, maintien et amélioration du statut des agents). Présentation des orientations en matière d'amélioration du fonctionnement (guichets libre-service, polyvalence, augmentation des agents d'accueil, réduction des déplacements pour les usagers, services pour les handicapés ou personnes défavorisées), de relations avec les usagers (inversion de la "charge de la preuve", participation aux conseils d'administrations), d'innovations techniques (extension de la télécopie, téléphone mobile, réseau numérique) et de politique tarifaire. Mise au point sur le câble et la télévision à haute définition.

**Interview de M. Paul Quilès**, ministre de la poste des télécommunications et de l'espace, dans "Messages" de janvier 1990, *sur le bilan de l'action du ministère, intitulé "Quoi de neuf en 89 ?"*

Thèmes abordés : la commémoration du bicentenaire de la Révolution française par la poste ; les mesures mises en oeuvre pour l'amélioration de l'accueil et l'informatisation des guichets aux PTT ; le débat sur l'avenir du service public et le rapport Prevot ; la construction de satellites et leurs utilisations notamment pour la météorologie et les communications (Ariane, Hermès, station orbitale Columbus, Sport...) ; la politique de l'audiovisuel (réseau, câble, norme D2 Mac, satellite de diffusion TDF1) ; l'avancée dans les télécommunications au cours de la présidence française du conseil des ministres de la CEE ; l'action des PTT en matière d'aide humanitaire

**Conseil des ministres du 25 Janvier 1989.** - *Mesures en faveur des usagers des PTT.*

Le ministre des postes, des télécommunications et de l'espace a présenté au Conseil des ministres une série de mesures concrètes pour améliorer le service public des postes et télécommunications et faciliter ainsi la vie quotidienne des Français.

1 - Améliorer l'accueil du public. L'effort de mobilisation des agents pour améliorer l'accueil du public et la qualité du service sera renforcé grâce à une formation spécifique du personnel en contact avec la clientèle. Cinq milliards de francs répartis sur les quatre prochaines années seront affectés à la poursuite de la modernisation de la Poste. En outre, un programme visant à réduire l'attente aux guichets est engagé depuis le début de cette année. Dans le cadre d'un programme de trois ans, France

Télécom intensifiera la modernisation de l'accueil téléphonique dans les agences commerciales.

2 - Créer de nouveaux services France Télécom développera de nouveaux téléphones publics en zone rurale appelés "uniphones" destinés à appeler gratuitement les numéros d'urgence. En outre, à partir du premier trimestre 1989, un nouveau service permettra à tout possesseur de la carte Pastel de téléphoner automatiquement de tout poste public ou privé sans paiement immédiat. La Poste lancera pour sa part un nouveau service qui engagera sa responsabilité : le "paquet à délai garanti".

**Ministère des postes, des télécommunications et de l'espace**, Direction générale de la poste.- *La poste aujourd'hui et demain*.- Paris ; Ministère des postes, des télécommunications et de l'espace ; 1989 ; 222 p. ; 24cm.

**Ministère des postes, des télécommunications et de l'espace**.- *Postes et télécommunications : dix-huit mesures pour améliorer la vie quotidienne : dossier de presse /* Ministère des postes, des télécommunications et de l'espace, Service de l'information et de la communication. : Paris ; Ministère des postes, des télécommunications et de l'espace ; 1989 ; 35p. ; 30cm.

Présentation des mesures prises par le ministre des postes, des télécommunications et de l'espace pour améliorer l'accueil du public dans les bureaux de poste (réduction de l'attente aux guichets, mise en place d'hôtesse d'accueil, renouvellement de la signalétique, etc.) et pour offrir des services nouveaux au public (uniphones en zone rurale, carte pastel, minitel Dialogue pour les handicapés...).

**GERARD Delage**.- *La Poste a des marchés à sa porte, il faut les saisir /* Gerard, Delage ; propos recueillis par **Rudy Arendarczyk**. Messages de la poste, des télécoms et des techniques de communication ; n° 372 ; Paris ; Ministère des P et T ; décembre 1987-janvier 1988 ; p. 48 - 51.

**Déclarations de M. Gerard Longuet, ministre chargé des P et T**, *sur la stratégie et l'organisation de la Poste*, Orléans le 9 février 1987.

Nécessité d'un effort de la poste pour le transport des paquets, le marketing direct, le courrier rapide, la valorisation du réseau des bureaux de poste (effort d'investissement et de qualité de l'accueil, arrêt de la régression des services financiers). Volonté d'amélioration de

l'organisation de la Poste sous le signe de la responsabilisation et de l'autonomie (clarification des relations entre direction du réseau et directions de métiers, deconcentration, création de filiales, association du personnel à l'effort de rénovation, redéfinition des relations financières entre la Poste et le budget général).

*Poste ( La ) en Ile-de-France.- In : Informations d'Ile de France, n° 71, Août 1985, pp 2-16, (15 p.).*

L' organisation administrative des postes dans la région Ile-de-France. La gestion du personnel. La modernisation constante des activités : automatisation du tri, informatisation des services financiers, projets d'informatisation de tous les bureaux de poste de la région (équiper 30 000 postes de travail dans 14 000 bureaux de poste en 4 ans ). Le TGV postal. La Caisse Nationale d' Epargne en Ile-de-France. L' accueil du public et le réseau de contact

**Conseil des ministres du 14 Décembre 1984.-** *L'amélioration des conditions d'accueil des usagers des postes et des télécommunications.*

Assurer un meilleur service du public dans un cadre de travail renové. Le ministre délégué chargé des PTT a présenté au Conseil des ministres une communication pour l'amélioration des conditions d'accueil des usagers des PTT. Le réseau des établissements de la poste et des télécommunications comporte plus de 18000 points de contact avec le public, répartis sur l'ensemble du territoire. Le ministre a annoncé un ensemble de mesures de modernisation de ce reseau destinées à le rendre plus efficace, à mieux l'adapter au service des usagers et à améliorer les conditions de travail des personnels.

I - Un programme de rénovation des bureaux de poste sera engagé en 1985 pour la construction et le réaménagement de 6000 bureaux. Ces opérations, qui s'étaleront sur quatre ans, concernent aussi bien le patrimoine de l'Etat que les immeubles mis à disposition par les municipalités.

II - Un programme d'informatisation des bureaux de poste sera lancé simultanément à partir d'opérations pilotes menées dans un certain nombre de bureaux depuis deux ans. Il vise à implanter dans 14000 établissements des matériels micro-informatiques et télématiques, adaptés aux besoins des usagers et des personnels ; 30000 postes de travail seront ainsi équipés dans les quatre ans à venir. La formation des personnels débutera en 1985. L'implantation des applications informatiques et

télématiques dans les agences commerciales des télécommunications sera achevée en 1988.

III - L'information et l'accueil du public seront améliorés par un ensemble de mesures : signalisation des points d'accueil, personnalisation des relations avec les usagers, implantation de minitels en libre service dans les bureaux de poste, accueil téléphonique au "14" et actions de formation des personnels. Ces actions seront complétées par la simplification et la mise à jour des textes et des procédures concernant les rapports entre l'administration et les utilisateurs. Ces améliorations viseront à mieux garantir les droits des usagers, à renforcer la concertation au niveau national et à la mettre en oeuvre au plan local.

*Le Plan de modernisation des PTT - In : Le Moniteur des travaux publics et du bâtiment, n°51, 1984, p. 11.*

Le ministre délégué chargé des postes et télécommunications vient de présenter un programme de mesures visant à améliorer l'accueil du public.

### 2.1.3 - Dans les autres administrations

**Déclaration de M. Jean-Pierre Soisson**, ministre du travail de l'emploi et de la formation professionnelle, *sur la réforme de l'Agence nationale pour l'emploi et texte du contrat de progrès passé entre l'Etat et l'ANPE*, Paris le 18 juillet 1990.

Présentation des grands axes du contrat de progrès entre l'Etat et l'ANPE. Les engagements de l'ANPE : modernisation du réseau (poursuite de la déconcentration) , progrès dans la gestion interne (notamment : gestion prévisionnelle du personnel, de la formation, présentation d'un projet de réorganisation des structures dans les six mois, personnalisation des rapports avec les usagers, développement des points de contact, de la cohérence des prestations et des interventions dans des bassins d'emploi comportant plusieurs unités, modernisation du système d'information) et amélioration des modes d'intervention en direction des entreprises et secteurs professionnels d'une part et des personnes recherchant un emploi, une formation ou un conseil professionnel d'autre part. Les engagements de l'Etat : création de 900 emplois en trois ans 1990 - 1993 au titre des missions permanentes de l'établissement, recrutements en remplacement des agents affectés à des programmes particuliers, financement d'un programme spécial pour l'amélioration des conditions matérielles d'accueil des chômeurs, clarification des critères d'attribution des subventions de

l'Etat à l'ANPE (crédits de personnel, de fonctionnement, notamment).  
Description des modalités du suivi du contrat de progrès 1990 - 1993  
(indicateurs d'impact et des résultats, enquêtes d'opinion. Dossier de  
presse et texte du contrat de progrès en annexe.

**Déclaration de M. Pierre Arpaillange**, ministre de la justice, *sur la modernisation  
du service public de la justice*, Paris le 3 octobre 1989.

Présentation des grandes lignes du budget 1990 pour la justice :  
modernisation de la justice par une meilleure gestion des ressources  
humaines (créations d'emplois, formation), par un meilleur  
fonctionnement de l'administration centrale (construction d'établissements  
pénitentiaires, relance du programme d'équipements informatiques,  
restructuration de l'Education surveillée) et par une adaptation et une  
rationalisation du service public de la justice.

Présentation de la politique gouvernementale pour la justice (rénovation  
des relations du travail, redéfinition des rôles de l'administration centrale  
et des services extérieurs, amélioration de l'accueil et de l'information).  
Création d'une mission modernisation au sein de l'inspection générale des  
services judiciaires.

**JEHL M. A.**- *Mairies : derrière la façade le service public.*- In : Vie publique,  
1983,n° 130, pp. 70-73.

L'équipement des batiments et bureaux des mairies : aménagement de  
locaux, bureaux d'accueil du public.

**MEADEL L.**- *Six ans après. La direction générale des relations pour le public du  
ministère de l'Economie des Finances et du budget.*- In : Revue administrative - Revue  
bimensuelle de l'administration moderne, 1983, vol. 36, n° 253.

Depuis sa création, la D.G.R.B. a consolidé son implantation et  
développé ses actions. Rappel des missions, de l'organisation et des  
méthodes. Evolution des actions concernant l'information, l'orientation,  
l'accueil, l'assistance, la recherche de concertation, les simplifications  
administratives et la formation du personnel.

## 2.2 - Dans les entreprises

*La chaîne des relais du silence. Silence hotels fêtera son 25e anniversaire avec panache.*- In : Gazette officielle du tourisme, n° 1137, 14 décembre 1992, pp 5-9, (5p).

Dans les années 60, des hôteliers indépendants ont constitué des associations pour mettre en commun leurs moyens de promotion de marque. Relais du Silence. Silence hotels va fêter ses 25 ans.. Chaque hôtel de la chaîne assure un style d'accueil personnel à la clientèle. Une bonne qualité de restauration est assurée. La Charte des relais du silence : la situation l'environnement, le confort acoustique, la qualité de repos, l'accueil, la cuisine, le petit déjeuner, le service, la participation annuelle aux charges de fonctionnement, les frais de dossier et d'admission, l'assemblée générale, les réunions régionales, le réseau de télécommunications, la centrale de référencement, la promotion, les produits d'accueil, la distribution du guide, le chèque cadeau, la remise au titre de l'appartenance aux Relais.

**ANON.**- *An Office in 'Show Business'.*-In : Office Administration and Automation, Vol.44, No.8, Aug. 1983, P. 84.

The Milliken Customer Center in Spartanburg, South Carolina is designed to provide for the reception and entertainment of senior customer executives. It contains a fully equipped theater including a twenty-five foot revolving stage. The theater has a computer controlled slide projector, a life-size rear screen video projector, and other audio-visual gear. In support of customer entertainment and presentation is an office devoted to training employees in the use of sophisticated video-tape equipment and the computer programming required to run this equipment. The customer center is located in the Milliken Research Complex where the ratio of terminals to people approaches two to one.

**ANON.**- *The Future Without the Shock.*- In : Office, Vol.100, n°4, Oct. 1984, P. 101-102.

The Exxon Office Systems slogan 'The Future Without the Shock' was incorporated in the design of their new executive briefing center. Customers go to the center and see the office automation equipment in use as well as seeing a demonstration. Carpeting, upholstery, and

wall coverings were all designed to be a simple understated backdrop for the high-tech equipment. The four areas, reception, product display, conference, and dining, are all color coordinated to give a feeling of expensiveness in a limited space. Soft incandescent lighting with low voltage track spot lights help's highlight different equipment presentation. Several photographs of Exxon's Center are included.

**BARTHE, Elisabeth , FOURQUET, Agathe.-** *Position du petit commerce de la quincaillerie et de la droguerie face à la grande distribution, et stratégie d'adaptation.-* In : CCI TOULOUSE, Toulouse, juin 1991, (41 p;).

La quincaillerie et la droguerie constatent un ralentissement se traduisant par la fermeture de magasins. la présence de grandes surfaces séduisant la clientèle, le commerce de proximité est relégué à un rôle de dépannage. Il y avait en 1988 13 946 drogueries et quincailleries en France contre 15 314 en 1984. Enquête sur la droguerie et la quincaillerie à Toulouse. La plupart de leurs clients sont des personnes âgées qui apprécient l'accueil, le conseil clientèle et la qualité des produits.

**BARTHELEMY Jean , AUBIN Yves, PELLEGRINO Henri-Paul, LEDDET François, DUCROCQ Jacques -** *Dossier : l'agence bancaire.-*In : Banquique, n° 74, septembre 1991, pp 451-473 (19p).

Document de fond consacré à l'évolution de l'offre services des agences bancaires avec une tendance vers un service permanent, sous la forme d'un dossier. Stratégie des services de l'agence bancaire : investissements en réseaux locaux d'agence et en libre-service bancaire (LSB). Services proposés. Sécurité. Disponibilité. Rentabilité. Services logistiques (pp 452-454). - Réseau commercial de la CRCAM des Pyrénées-Atlantiques : réorganisation des agences avec le projet EIB (Evolution Intégrée Bureau) pour améliorer la productivité d'une agence (pp 459-461). - Politique de contact avec la clientèle de Barclays Bank : accueil au sein d'une agence, filiales spécialisées, banque au domicile du client (pp 462-463).

**BRUNTON A.-** *Computer services and the user state of the art report.-*In : The computer user (England), 1983.

Early experience with computing applications at Makro self service wholesalers ltd is discussed with the introduction of real time processing, management information in store became more readily accessible and terminals were installed in the customer reception area, as well as in the 'goods receiving' area. The system is described and some of the functions are detailed. Finally, the installation of an on line system at head office is assessed.

**KRAMER-KAWAKAMI, Dorothy.**- *Brokerage: the supervisor's development.*- In : Managers Magazine, vol. 61, Aug, 1986, p9(4).

The development of a successful brokerage business implies a marketing strategy that is able to reach customers, combined with a knowledgeable sales force. A useful approach to development is using a territorial analysis as the basis for a marketing strategy. Territorial analysis pinpoints areas that are important for the success of a brokerage, such as the personality of the future brokers, the local brokerage environment, competitors in the area, and the public knowledge and reception of the company. Crucial to the success of the business is accurate and timely information about the needs of prospective costumers; business decisions should not be based on guesswork.

*Les courriers de l'Aube.*- In : Entreprendre en Aube, n° 5, Octobre 1990, pp 9-12, (4p).

Présentation et données sur les activités et la croissance de la société de transports Les Courriers de l'Aube, filiale du second groupe français de transports de voyageurs : Transcet Progecar. 112 véhicules qui parcourent 4 200 000 km par an, en 11 lignes routières, 150 circuits scolaires, 3 transports de personnel, visites touristiques et transports occasionnels. Recherche d'une qualité de service, réponse aux attentes de la clientèle, grâce à la ponctualité, la fiabilité du matériel et l'accueil réservé aux clients. Pour y parvenir, 2 méthodes sont en place, une politique d'investissement qui vise à entretenir et renouveler le parc de véhicules et une politique du personnel qui avec 154 salariés a mis au point une véritable communication interne et une formation permanente adaptée. Création d'un service marketing qui permet de répondre aux exigences du marché. L'avenir est tourné vers l'écoute de la clientèle et des collectivités locales, pour un service adapté et de qualité.

**MBAYE (K.), FRANCE. Université Paris I - Panthéon-Sorbonne.- *TI* : *La politique marketing des nouveaux produits bancaires à support informatique* : Thèse de 3<sup>ème</sup> cycle, Sciences de Gestion; DE COUSSERGUES (S.), dir.; 1986; FRA; s.p.**

Face aux besoins croissants et infinis des clients et aux nombreux objectifs des banques, l'auteur montre comment les nouveaux produits bancaires à support informatique peuvent, dans une politique marketing, contribuer à mieux satisfaire ces besoins et réaliser ces objectifs. Ainsi, la première partie les définit comme de puissants moyens de communication interactive et instantanée, chers et très sophistiqués, nécessitant pour leur commercialisation, la maîtrise d'un 'savoir faire' très élaboré en informatique, en gestion, en formation du personnel et pour utilisation une connaissance parfaite de leur mode d'emploi. Leur marché se compose essentiellement d'une clientèle jeune ou qui occupe le haut de la hiérarchie sociale (cadres, professions libérales...), dont les principaux besoins sont: gain de temps, information instantanée, conseil, bon accueil, sécurité et confidentialité des opérations. Ces caractéristiques et besoins spécifiques nécessitent un marketing-mix traité dans la deuxième partie: politique de produit axée sur des stratégies de différenciation, de spécialisation, de diversification, politique de distribution basée sur l'automatisation des agences, sur la formation du personnel exploitant, sur l'aménagement des locaux, politique de communication, politique de prix.

**PALAU Christophe et ODIER Stephan.- *Les perspectives des caractéristiques qualitatives de la demande dans l'hôtellerie : application à Toulouse.*- Toulouse, Université des sciences sociales, 1989, 21x29,7, 49 p.**

L'évolution actuelle des services hôteliers. Les services proposés par les hôtels toulousains 2 et 3 étoiles. Les attentes perçues chez le client: outre la propreté des chambres, l'accueil, le fait d'être reconnu, l'isolation phonique, le rapport qualité prix et le parking privé. Les clients des hôtels 2 et 3 étoiles souhaitent aussi Canal +, un plateau repas, un coin salon, un sèche cheveux dans la salle de bain. La clientèle étrangère souhaite des petits déjeuners plus complets, une plus grande disponibilité du personnel d'accueil et une meilleure connaissance des langues étrangères. Enquête auprès de Aéroformation, Matra et Technal entreprises installées à Toulouse et qui réservent de nombreuses chambres d'hôtels pour leurs clients, leurs stagiaires ou leurs salariés en déplacement.

*Record la Couronne, une nouvelle génération d'hypers.*- In : Points de vente, n° 257, 1 janvier, 1984, pp 44-46, ( 3 p ).

Les 5000 m<sup>2</sup> de l'hypermarché Record de la Couronne sont divisés en 9 îlots de vente correspondant aux besoins des consommateurs. Caractéristiques et organisation du point de vente. L'hypermarché permet à Auchan d'expérimenter sa nouvelle conception de point de vente, où les services sont nombreux : stand d'information, hôtesses d'accueil, service après-vente avec livraisons, installations et réparations. Cette politique consumériste se retrouve dans la charte que doit signer le personnel, l'accueil convivial de la clientèle et des objectifs d'utilité sociale.

**RUDICOZ.**- *L'atout service.* In : Profession négociant bricolage, n° 41, Décembre Janvier 1992, p 49, (1p).

Document de fond. Les établissements Rudicoz PME PMI, négoce et fabricants de produits de béton, installés à Meximieux (Ain) offre une panoplie de services presque aussi étendue que celle d'une grande marque, à ses clients : ouverture 12 mois sur 12, accueil personnalisé, salle d'exposition, catalogue, service après vente. Cette politique entraîne une fidélisation hors pair des clients. Données chiffrées sur l'entreprise. Détail de la panoplie des services offerts. Cette politique coûte chère et l'entreprise s'est employée à réduire ces frais.

### **3 - Former le personnel à l'accueil**

---

#### 3.1 - Dans les services publics

*A travers les rapports et les bilans sociaux.*- In : Entreprise et formation permanente, n° 75, avril 1980, pp 30-31, (2 p).

\*

Le relevé avec descriptif de quelques expériences d'amélioration de la qualité des conditions de travail ou d'accueil du public, d'information du personnel ou d'action de concertation.

**BARBANSON G.** - *Les usagers et la maladministration* - In : La Revue Française d'administration publique, n° 45, 1988, pp. 17-19.

Les relations entre les fonctionnaires et les usagers en France pourraient être améliorées par une réorganisation, une amélioration de l'accueil, une formation adéquate des agents en contact direct avec le public et une réduction des délais de réponse. Dans ce but, il faut noter le rôle accru des associations d'usagers qu'il conviendrait de développer en les aidant matériellement.

**LAMARQUE Danielle** - *L'Apport de l'aménagement du temps de travail à l'amélioration de l'accueil dans les services publics* - In : Politiques et management public, vol. 10, n° 2, juin 1992, pp. 178-214.

\*

Pour s'adapter aux besoins de populations de plus en plus différenciées, les services publics doivent être capables de flexibilité. L'accueil du public est un domaine privilégié d'application de ce principe, un lien devant nécessairement être établi entre la qualité du service rendu, la gestion des ressources humaines et l'organisation du service.

**SANWAL M.**- *Designing training for development administration lessons from India's experience.*- In : Public Administration and development (GBR), 1988, vol. 8, n° 3, pp.331-344.

\*

Objectif et contenu d'une politique de formation du personnel fondée sur l'amélioration de l'interaction entre les services de l'État et les usagers et entre les services eux-mêmes.

### 3.2 - Dans les bibliothèques

**BOULANGER Claude** - *La Bibliothèque Publique Municipale "Erasmus" de Rotterdam : un "enclos" ou un chantier d'intégration ?* - In : Bulletin d'information de l'A.B.F., n° 143, 2<sup>ème</sup> trimestre 1989, pp. 22-28.

L'auteur de cet article est chef du service de l'accueil et de la formation à la B.P.I., son étude porte sur l'accueil à la B.M. de Rotterdam. Elle détaille la signalétique à l'intérieur de l'équipement, la disposition des salles de lecture, la manière dont les livres sont présentés au public. Enfin, elle indique la façon dont le personnel est organisé et formé pour répondre à la satisfaction de la clientèle.

**SUYAK ALLOWAY C.-** *The courteous librarian : helping public service employees to keep smiling.*- In : Reference (The) librarian, 1986, publ. 1987 (16) 283-296, ISSN: 0276-3877.

\*\*\*

Cet article insiste sur l'importance d'un accueil courtois des utilisateurs par les bibliothécaires; et présente un programme de formation des personnels visant à analyser leur comportement et à cultiver la politesse et l'obligeance dans les rapports avec les lecteurs.

### 3.3 - Dans les entreprises

*10 ans d'IMA* [Interview de Jacques Germain, PDG de la MAIF, sur l'avenir d'IMA].- In : Le Courrier de l'ouest, n° 74, 28 mars 1991, pp 2-3, (2 p).

Deuxième partie d'une enquête sur la société INTER MUTUELLES ASSISTANCE de Niort qui fête ses dix ans. Les thèmes traités : les installations téléphoniques et le rôle du téléphone dans l'assistance aux clients. IMA compte 750 appareils téléphoniques et 2 millions de communications passent chaque année dans les bureaux. Le recrutement du personnel et la formation: 6 % de la masse salariale sont consacrés à la formation pour les langues, l'accueil, l'informatique.

*1985, l'année des consommateurs pour Auchan Olivet.*- In : Points de vente, n° 273, 1er décembre 1984, pp 34-35, ( 2 p.).

Depuis mars 1981, l'hypermarché Auchan a mis en place un service consommateur avec mise à disposition d'une salle, d'une bibliothèque d'information, service en liaison avec les chefs de rayon. Cette salle recevait 400 personnes par mois, mais la démobilitation est apparue depuis 1983. Un stand dans le magasin doit en 1985 relancer un service consommateur. Selon une enquête de la CCI du Loiret, les facteurs de réussite du service consommateur sont l'implantation du stand consommateur dans le magasin ( 26,1% ), la prise en considération des besoins des clients ( 12,6% ), la possibilité de joindre un responsable ( 11,9% ), la limitation de l'attente aux caisses ( 9,7% ), la formation du personnel à l'accueil ( 9,2% ), l'amélioration du balisage informatif ( 7,8% ), la stabilité des rayons ( 7,6% ), la motivation du personnel ( 7% ), la circulation de l'information ( 5,6% ).

**DEV C. et OLSEN M.** - *Applying role theory in developing a framework for the management of customer interactions in hospitality business*- In : International Journal of hospilaty management, Vol. 8, n° 1, 1989, pp. 19-33.

\*\*

Explains the service person's role in service interaction, using role theory as a framework ; describes tole theory's components ( enactment, expectations, location, demand, and conflict) and suggests four stages in wich the theory can be applied to create an effective training programme for customer contact employees.

**HART C., HESKETT J. et SASSER W.** - *The profitable art of service recovery* - In : Harvard Business Revue, July-August 1991, pp. 148-156.

\*

Cet article propose un certain nombre de lignes directives pour pouvoir gérer les erreurs et les clients mécontents d'une prestation de service : mesurer les coûts, communiquer avec le client, anticiper les risques d'erreurs, former les employés en contact et leur donner les moyens de pouvoir gérer ces situations.

**HART C., HESKETT J. et SASSER W.** - *Plan d'action pour récupérer un client déçu* - In: L'Expansion, Printemps 1991, pp. 92-100.

Cet article pose le problème de la gestion de la défaillance ou de l'erreur dans la réalisation d'une prestation de service et propose des pistes d'action : mesurer les coûts, écouter le client mécontent, assurer la formation et les moyens adéquats pour les personnels en contact.

**RAVELEAU Gilbert.**- *Qualité et participation.*- In : Les cahiers d'espaces, n° 20, septembre 1990, p 18-22, (5 p).

\*

Si la méthode d'approche de la qualité a du bon (voir article p 7 17, Cahiers d'Espaces no 209), elle n'est pas suffisante et ne peut être isolée d'un comportement d'entreprise. Intégrer les employés à la bonne marche de l'affaire, c'est ce que l'on appellera le management participatif. Suffit-il de former le personnel à la qualité de l'accueil pour le motiver et voir ses parts de marchés augmenter ? L'auteur, ancien délégué général de l'Association Française pour les Cercles de Qualité se base sur son expérience dans le secteur du tourisme : hôtels, restaurants, banques, compagnies d'aviation, aéroports, chambres de commerce. Le

management participatif apparait indispensable et se présente sous deux formes: le travail en groupe et la relation client-fournisseur interne.

## CONCLUSION

L'Etat de la recherche concernant l'accueil est encore embryonnaire. Les articles traitant exclusivement de la fonction de l'accueil existent, mais en nombre limité. La consultation de la bibliographie ci-devant en est un exemple.

La première partie, sur l'interaction, traite de la relation personnel-usager. Si l'étude de cette relation recouvre divers contextes (bibliothèques, entreprises, etc...) aucun article ne traite précisément de l'interaction lors de l'accueil.

Dans la deuxième partie, l'accueil est évoqué dans chaque article mais un seul prend la fonction de l'accueil comme sujet d'analyse ; c'est un projet de recherche sous la direction de Jean Michel Salaün.

Dans la dernière partie, concernant la formation du personnel à l'accueil, nous trouvons un article prenant pour objet d'étude notre sujet. Il est signalé par un \*\*\*. La lecture du résumé :

*"Cet article insiste sur l'importance d'un accueil courtois des utilisateurs par les bibliothécaires ; et présente un programme de formation des personnels visant à analyser leur comportement et à cultiver la politesse et l'obligeance dans les rapports avec les lecteurs."*

laisse présager un manuel de bonne conduite du personnel face au public ... mais seule la lecture du document prouvera le bien fondé de cette remarque !

---

BIBLIOTHEQUE DE L'ENSSIB



965255C