

La veille : une culture à construire

Séverine Quéro

Professeur Documentaliste - Académie de Rouen

Les enjeux de la formation

La veille qu'elle soit commerciale, juridique, technologique, informationnelle... revêt une importance cruciale pour toutes les entreprises qui doivent faire face à une concurrence accrue entre elles. Il est donc légitime que l'enseignement professionnel s'approprie cette notion pour sensibiliser les futurs salariés.

Les guides d'accompagnement des programmes des BTS Négociation et Relation Client (NRC) et Management des Unités Commerciales (MUC) invitent les enseignants à réfléchir sur la mise en place d'une véritable cellule de veille. Il s'agit donc de créer une situation authentique pour favoriser la compréhension de cette notion et ainsi de faire prendre conscience de la différence entre une recherche d'information ponctuelle et une « activité continue et en grande partie itérative visant à une surveillance active de l'environnement technologique, commercial, etc., pour en anticiper les évolutions ».¹

Toute la difficulté consiste, en fait, à développer un certain état d'esprit qui permettra de fédérer cette pratique continue et de dépasser l'illusion technologique en amenant les étudiants à adhérer à une culture d'entreprise.

Quelle démarche pédagogique engager ?

Depuis la rentrée 2011, j'ai proposé à l'ensemble de mes collègues intervenant en BTS NRC de mettre en place un parcours de formation autour de la notion de veille à travers une approche concrète fondée sur une collaboration avec le centre de documentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen. La finalité est de faire comprendre aux étudiants les enjeux de la veille dans leur future vie de salarié mais aussi pour mener à bien les projets professionnels qu'ils présenteront à leur examen.

Toutefois, faire de la veille ne se décrète pas : les veilleurs potentiels doivent être stimulés, ressentir le besoin de s'informer régulièrement. Veiller repose donc, dans un premier temps, sur un besoin

à satisfaire et une certaine curiosité. Il me semble donc préférable de trouver une situation d'apprentissage réelle en prise directe avec le monde professionnel pour favoriser leur motivation. C'est ainsi qu'une étroite collaboration entre le lycée et le centre de ressources de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Rouen s'est nouée, à travers une convention signée.

La responsable du centre de documentation a accepté d'accueillir nos étudiants à la CCI, de les sensibiliser aux enjeux de la veille en entreprise, de leur expliquer la démarche à suivre en leur présentant les outils mis en place et les ressources utilisées. En contrepartie, les étudiants se sont engagés à mener une enquête de satisfaction sur la revue de presse hebdomadaire et une démarche de prospection afin de vendre les prestations documentaires payantes réalisées par le centre de documentation de la CCI.

Ce premier contact n'était qu'une étape préalable à l'instauration du parcours de formation. Il s'agissait juste d'une mise en condition, d'un point d'appui afin de susciter l'intérêt des étudiants.

L'objectif poursuivi en Documentation, en première année de BTS, était de repérer les outils indispensables à la veille, de comprendre leur fonctionnement, d'analyser les ressources « références » et de créer des habitudes concernant leur utilisation à partir des outils professionnels développés par la CCI.

Des obstacles à surmonter

Le premier écueil à dépasser réside dans l'organisation de l'emploi du temps : établir ce genre de collaboration entre le lycée et le monde des entreprises implique une certaine flexibilité dans la gestion du temps, il est important de pouvoir rencontrer régulièrement tous les acteurs liés au projet. Le projet de formation, quant à lui, exige également un certain volume horaire : c'est à ce titre que mes collègues ont partagé les heures dites de projet. Ainsi deux heures hebdomadaires ont été dédiées à cette action de septembre 2011 à février 2012.

¹ Définition AFNOR

Les étapes du parcours de formation...

1... des compétences info-documentaires à développer

- Identifier, analyser et évaluer les outils de diffusion de la veille.
- Exercer un regard aiguisé sur les producteurs d'information.

Les objectifs info-documentaires se sont centrés sur les sources d'informations nécessaires pour organiser une veille commerciale et concurrentielle.

2... diagnostiquer

Les premières séances ont servi de diagnostic : un travail sur les définitions, des échanges autour de la notion de veille pour clarifier le concept, puis quelques mises en activités concrètes à résoudre :

1. Vous êtes commercial à la CCI. Vous devez présenter les outils d'information de la CCI aux entreprises que vous rencontrerez pour leur vendre les prestations de la CCI.

2. Vous allez démarcher des entreprises pour leur vendre des prestations de la CCI autour de l'information. Vous devez réaliser un questionnaire pour connaître les habitudes de recherche d'information des entreprises afin d'évaluer leurs besoins.

3. Vous allez proposer un service de veille commerciale aux entreprises. Comment allez-vous le mettre en place ?

Les étudiants se sont répartis en groupe. La première activité consistait à retrouver le site de la CCI de Rouen et de découvrir les outils en ligne mis en place par le centre de documentation. L'objectif étant de s'approprier le site et ses outils afin qu'il devienne un site de référence pour un usage régulier.

L'objectif de la deuxième activité était de prendre conscience que les entreprises ont besoin d'information régulièrement et que pour les obtenir il faut du temps et de la méthode.

La troisième activité, la plus complexe, consistait, à établir une démarche de veille.

Les étudiants ont rencontré de nombreuses difficultés à trouver des solutions, faute de références en la matière.

3... prendre conscience des enjeux de la veille

Fin septembre, nous avons été accueillis à la chambre de commerce et d'industrie pour une médiation et une présentation des modalités du projet. La responsable du centre de documentation a insisté sur les besoins en matière de veille des entreprises, a présenté les sources d'informations mis à disposition pour les entreprises.

La visite s'est achevée par une présentation de la gamme de produits et prestations d'information développée par le service documentation et ressources économique pour accompagner les entreprises dans leurs prises de décisions stratégiques.

Dès le mois d'octobre, une progression pédagogique s'est mise en place.

4... analyser une revue de presse hebdomadaire

Dans un premier temps, nous nous sommes concentrés sur l'analyse de la revue de presse réalisée par le centre de documentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie à destination des entreprises. Toutes les semaines, les étudiants l'ont reçue par mél. En cours, ils ont listé, identifié les sources d'information et les ont classées par type de périodiques : publications nationale, régionale, spécialisée, professionnelle...

Cette analyse s'est traduite par la réalisation d'une cartographie synthétique à l'aide du logiciel *Free-mind*. Cette première étape appelée « le sourcing » consistait à comprendre comment répertorier les sources à mettre sous surveillance et à établir un lien avec le fonds documentaire du CDI afin de favoriser le recours plus systématique aux périodiques.

Ainsi, les étudiants se sont aperçus que la recherche d'information ne se limite pas à quelques mots clés lancés sur un moteur de recherche mais qu'il est nécessaire de se constituer un fonds de ressources de références à consulter régulièrement tels que les annuaires professionnels, les favoris, des portails dédiés.... J'ai pu constater, au fil des séances, qu'ils se sont peu à peu appropriés cette démarche en la transférant à leur projet professionnel : ils ont commencé à recourir de façon plus systématique aux outils mis à la disposition sur le site web de la CCI et à utiliser les périodiques du CDI pour réaliser leurs études de marché. Ils se sont rendus compte également que la veille permettait de renforcer leur culture professionnelle.

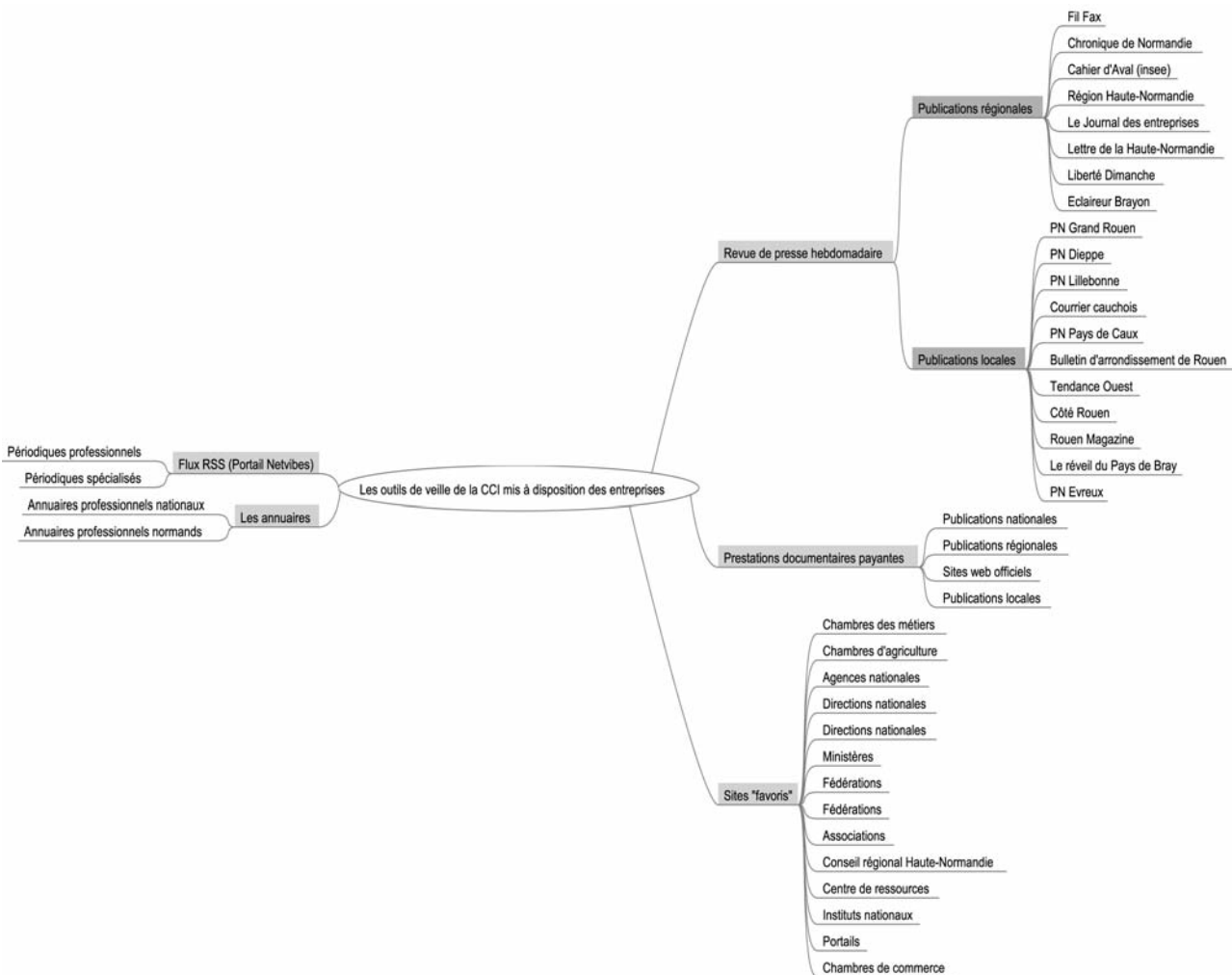


Fig. 2 : Cartographie des outils de veille de la CCI réalisée par les élèves

Outre la revue de presse, les étudiants ont également analysé le choix des ressources issues des annuaires professionnels, des sites internet sélectionnés par la CCI en suivant le même protocole que pour la revue de presse : pour chaque ressource identifiée, les étudiants ont recherché le producteur de l'information diffusée.

Ce travail sur les sources s'est prolongé par une typologie élargie des sources d'information telles que les sources d'information informelles constituées de toutes les informations non formalisées et non disponibles directement : les salons, manifestations professionnels, les réseaux d'expertises interne, externe...

Obtenir des informations de qualité conduit à opérer nécessairement une sélection parmi les sites visités, les flux d'abonnement, les lectures... en fonction de leur pertinence mais aussi des besoins, des attentes et des dates de publication ou

de mises à jour. La question de l'évaluation des producteurs d'information leur est vite apparue centrale.

L'univers Netvibes du DOCRE²

Le service de documentation de la CCI a choisi d'utiliser l'agrégateur de flux RSS « Netvibes » pour diffuser les informations venant des revues professionnelles. Peu d'étudiants connaissaient cet outil. Une séance a donc été consacrée aux principes de fonctionnement. Nous avons travaillé sur les notions d'agrégateur, de fils RSS. Puis les étudiants ont repéré les titres de presse et ils en ont découvert un certain nombre qu'ils ne connaissaient pas.

² <http://www.netvibes.com/docre#Accueil>

Le coût de l'information

Au fur et à mesure de la formation, les étudiants ont pris conscience qu'une veille de qualité demande un certain investissement en temps mais aussi des moyens financiers. Ainsi, la revue de presse réalisée par le service de documentation est alimentée uniquement par des ressources payantes ; le portail des revues professionnelles, sur *Netvibes*, est également constitué de ressources partiellement gratuites : accès aux derniers articles des sites de presse en ligne dans le meilleur des cas, archives payantes ou réservées aux abonnés, parfois seulement le signalement du sommaire.

5... évaluer les acquis

La démarche de veille n'est réellement évaluable que lorsqu'elle est mise à l'épreuve, elle s'appréhende au mieux par des cas concrets et le partage d'expériences. Ainsi, au terme de cette phase de sensibilisation à la culture de veille, il est essentiel de mesurer l'impact de la formation. Cette évaluation va porter sur les habitudes de travail en matière de veille. Il faut alors établir quelques indicateurs qui vont faciliter l'observation :

- Les étudiants consultent-ils régulièrement des sites de référence ? la revue de presse de la CCI ? les périodiques du CDI ?
- Échangent-ils des informations entre eux ?

Réinvestir la formation pour son projet professionnel de gestion commerciale

Malgré ces indicateurs, l'analyse de la valeur d'un projet de veille n'est pas aisée, l'intérêt du projet s'évaluant sur la durée et sur leur temps personnel. Il repose aussi sur une attitude volontariste. Toutefois, les résultats peuvent être visibles à la lecture de leur projet de gestion commerciale. Le projet est une mission commerciale effectuée pour le compte d'une entreprise, il doit s'intégrer dans une situation professionnelle réelle. Les étudiants doivent repérer, collecter les ressources utiles pour réaliser l'analyse du marché économique de l'entreprise qu'ils ont choisie. Afin de connaître les évolutions du marché, étape indispensable dans leur dossier, ils doivent mettre en place une stratégie de veille.

Les étudiants ont rencontré leurs premières difficultés dans la collecte des informations récentes et dans le cadrage du périmètre des sources. Ils ont succombé très rapidement à la tentation du moteur de recherche mais ils se sont heurtés au problème des informations souvent trop anciennes. Ces recherches infructueuses et chronophages les ont amenés à réfléchir sur leur stratégie de recherche et ils ont fini par faire le lien avec la formation. Ils ont compris l'intérêt des signets de

la CCI, des annuaires et les ont utilisés régulièrement pour rester informés

Dynamiser la consultation des périodiques du CDI

L'action de veille doit également passer par la consultation régulière des périodiques. Malheureusement, le recours aux périodiques professionnels reste trop insuffisant au regard des coûts investis, les étudiants ne les consultant pas spontanément. La veille peut les inciter à les lire à condition de leur présenter l'offre en détail et de leur communiquer régulièrement certains articles liés à leur problématique. J'ai pu ainsi constater leur intérêt grandissant pour ce type de ressources dès qu'ils trouvaient les informations utiles.

Le facteur humain joue un rôle essentiel. Certains étudiants ont mis en place spontanément une démarche de mutualisation des informations lues dans les périodiques car ils se sont rendus compte qu'en partageant les informations, ils gagnaient aussi du temps.

Prolongements et perspectives

L'an prochain, nous prévoyons de mettre en place une plate-forme de veille afin de partager les ressources collectées qui seront évaluées et qualifiées. Il faudra aussi choisir l'outil de veille le plus approprié parmi la panoplie existante.

La phase de sensibilisation a permis de confronter les attentes des entreprises à celles du programme scolaire. Grâce au partenariat mené avec le centre de documentation de la Chambre de Commerce et d'Industrie, les étudiants ont pu constater que la veille est une activité professionnelle à part entière et qu'elle permet de développer une culture spécifique à condition d'acquérir des compétences info-documentaires et de mettre en place une stratégie collective. Elle nécessite aussi un état d'esprit curieux et toujours en alerte.