ETUDE SERDALAB

SOMMAIRE

« LES NOUVEAUX HORIZONS DE L'INFODOC

ETUDE PROSPECTIVE SUR L'EVOLUTION DES DIFFERENTES FONCTIONS DE L'INFORMATION - DOCUMENTATION : DOCUMENTALISTE, ARCHIVISTE, BIBLIOTHECAIRE, VEILLEUR »

PARUTION OCTOBRE 2009

REMERCIEMENTS **11**

METHODOLOGIE GENERALE **12**

SYNTHESE **14**

INTRODUCTION **23**

CHAP. 1 LES NOUVEAUX ENJEUX DES FONCTIONS INFO DOCUMENTAIRES ARCHIVES **25**

1. LES ENJEUX ECONOMIQUES ET SOCIAUX POUR L'INFODOC **26**

1.1 LA CRISE ÉCONOMIQUE ET SES CONSÉQUENCES SUR LES FONCTIONS INFO-DOCUMENTAIRES 26

1.2 LA RÉVISION GÉNÉRALE DES POLITIQUES PUBLIQUES ET SES CONSÉQUENCES SUR LES FONCTIONS INFODOCUMENTAIRES ARCHIVES 27

1.3 LA RÉFORME DE L'UNIVERSITÉ ENCOURAGE LA DOCUMENTATION NUMÉRIQUE 28

1.4 CRÉATION D'UN PORTAIL DES MÉTIERS DE L'INTERNET 30

1.5 LA PROGRESSION DES MODÈLES ÉCONOMIQUES GRATUITS : OPEN SOURCE, DÉPÔTS INSTITUTIONNELS (ARCHIVES OUVERTES), INFORMATION GRATUITE 30

1.5.1 Les modèles économiques du gratuit 31

1.5.2 Les archives ouvertes bouleversent les flux documentaires traditionnels 33

1.5.3 Montée de l'open source et du mode SaaS (Software as a service) 34

2. LES NOUVEAUX USAGES DU WEB : RESEAUX SOCIAUX, WEB 2.0, MULTIMEDIA **35**

2.1 61% DES FRANÇAIS SONT CONNECTÉS À INTERNET 35

2.2 LES PRATIQUES DES « DIGITAL NATIVES » ET LEUR IMPACT POUR LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 36

2.3 LE WEB 2.0 ET LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 38

2.3.1 Blogomania chez les professionnels de l'information 39

2.3.2 Les wikis dans le monde infodoc 41

2.3.3 Prolifération de plateformes Netvibes 42

2.3.4 Les réseaux sociaux et les professionnels de l'infodoc 44

2.3.5 Montée en puissance du micro-blogging 47

2.4 LA MULTIMÉDIATISATION DU WEB ET SES CONSÉQUENCES POUR LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 50

2.5 LE WEB SÉMANTIQUE : UN NOUVEAU RÔLE À JOUER POUR LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 51

3. L'AVENEMENT DU NUMERIQUE **53**

3.1 LE MARCHÉ DE LA DÉMATÉRIALISATION ET DE LA GESTION DE CONTENU 54

3.1.1 Marchés en forte croissance 54

3.1.2 L'externalisation en progression 54

3.2 Le marché de l'information professionnelle : comment les éditeurs introduisent de la valeur ajoutée dans leur offre et se substituent aux professionnels de l'infodoc 55

3.3 DÉVELOPPEMENT DU LIVRE NUMÉRIQUE 57
3.3.1 De nouvelles pratiques émergent en matière d'e-books et l'offre se développe 57
3.3.2 Une offre insuffisante de livres électroniques dans les bibliothèques publiques 59
3.3.3 Développement des bibliothèques numériques 59
3.3.4 Les débouchés pour les professionnels de l'information 61
3.4 LA RFID : LES UTILISATIONS 62
3.4.1 Définitions et principes de fonctionnement 62
3.4.2 L'impact de la RFID en bibliothèque 63
4. L'ENTREPRISE DE DEMAIN : MOBILE, COLLABORATIVE, EXTERNALISANTE… 65
5. EMERGENCE DE DEUX CONCEPTS : L'INFORMATION DURABLE ET L'ECOLOGIE INFORMATIONNELLE 67
6. LES ENJEUX LEGAUX 68
6.1 LE DROIT DE L'INFORMATION 68
6.1.1 Droits d'auteurs et droits voisins 68
6.1.2 La protection des données à caractère personnel par la CNIL 71
6.1.3 Le droit de l'Internet 73
6.2 L'ARCHIVAGE ÉLECTRONIQUE À VALEUR PROBANTE 76
6.3 LE PROJET DE LOI D'ORIENTATION ET DE PROGRAMMATION POUR LA SÉCURITÉ INTÉRIEURE (LOPSI 2) ENCADRE LES ACTIVITÉS D'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE 80
CHAP. 2 LES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION DOCUMENTATION 83
1. DESCRIPTION DES PROFESSIONNELS EN ACTIVITE 84
1.1 STATISTIQUES NATIONALES SUR LES PROFESSIONNELS DE LA DOCUMENTATION, DES ARCHIVES ET DES BIBLIOTHÈQUES 84
1.1.1 La population nationale des archivistes 84
1.1.2 La population des bibliothécaires 85
1.1.3 La population des veilleurs 86
1.1.4 La population des documentalistes 86
1.1.5 Répartition de la population totale des professionnels de l'information 86
1.2 UNE POPULATION À GRANDE MAJORITÉ FÉMININE 88
1.3 UNE POPULATION QUI A TENDANCE À VIEILLIR 89
1.4 UNE POPULATION TRÈS DIPLÔMÉE, MAIS GÉNÉRALISTE 90
1.4.1 Une formation initiale dans un domaine autre que l'infodoc pour plus des deux tiers des professionnels interrogés 90
1.4.2 Les trois quarts des professionnels ont au moins un diplôme de niveau licence 92
1.4.3 Plus de 80% des professionnels interrogés ont un diplôme en infodoc 93
1.5 LES RAISONS DU CHOIX D'UN MÉTIER DANS LE DOMAINE DE L'INFORMATION-DOCUMENTATION 97
1.5.1 44% des professionnels ont choisi leur métier par vocation 97
1.5.2 De nombreux métiers d'origine 98
2. LA SITUATION PROFESSIONNELLE DES PROFESSIONNELS 100
2.1 LES DOCUMENTALISTES SONT LES PLUS REPRÉSENTÉS PARMI LES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION 100
2.2 LES JEUNES PROFESSIONNELS SONT PLUS MOBILES 101
2.3 DES PROFESSIONNNELS EXPÉRIMENTÉS 102
2.4 UNE MAJORITÉ DE PROFESSIONNELS EN CDI OU STATUTAIRE 103
2.4.1 Les « moins de 30 ans » les plus touchés par les contrats à durée déterminée 104
2.4.2 La précarité se rencontre plus souvent dans le secteur public 104
2.5 UNE MAJORITÉ DE CADRES ET DE FONCTIONNAIRES DE CATÉGORIE A 105
2.5.1 Dans le secteur privé 105
2.5.2 Dans le secteur public 106

3. LA STRUCTURE DANS LAQUELLE LE PROFESSIONNEL TRAVAILLE 109
3.1 LE SECTEUR PUBLIC EMPLOIE PLUS DE LA MOITIÉ DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS 109
3.2 LES PROFESSIONNELS TRAVAILLENT TOUJOURS MAJORITAIREMENT DANS DES GRANDES ORGANISATIONS, MAIS LES PME GAGNENT DU TERRAIN 110
3.3 L'ADMINISTRATION ET LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES : PREMIER EMPLOYEUR DE PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION 112
3.4 5% DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS TRAVAILLENT CHEZ DES PRESTATAIRES 113
4. LE MORAL DES PROFESSIONNELS INTERROGES 115
4.1 LA SATISFACTION GLOBALE DES PROFESSIONNELS EST BONNE, MAIS EN BAISSE 115
4.2 DES OPPORTUNITÉS D'ÉVOLUTION FAIBLES OU INEXISTANTES POUR PRÈS DES TROIS QUARTS DES PROFESSIONNELS 118
4.3 PRÈS DE LA MOITIÉ DES PROFESSIONNELS CONSIDÈRE QUE LEUR MÉTIER VA ÉVOLUER DE MANIÈRE POSITIVE À DIX ANS 120
4.4 15% DES PROFESSIONNELS SE SENTENT MENACÉS DE DISPARITION 121
4.5 LES MOTIFS D'APPRÉCIATION DU TRAVAIL 125
4.6 LE MANQUE DE TEMPS ET LA RÉSISTANCE AU CHANGEMENT DANS L'ENTOURAGE ARRIVENT EN TÊTE DES MOTIFS DE MÉCONTENTEMENT 127
4.7 LE MANQUE DE MOYENS HUMAINS ET LE MANQUE DE RECONNAISSANCE : PRINCIPALES DIFFICULTÉS DES PROFESSIONNELS 128
5. LA REMUNERATION DES PROFESSIONNELS 130
5.1 UN SALAIRE MÉDIAN DE 2 000 EUROS NET MENSUELS 130
5.2 46% DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS NE TOUCHENT PAS DE PRIMES 132
6. LES ACTIVITES DES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION 135
6.1 LES ACTIVITÉS DES PROFESSIONNELS 136
6.2 LES ACTIVITÉS EN AUGMENTATION ET EN DIMINUTION DANS LES CINQ ANNÉES À VENIR 137
6.3 PRÈS DES TROIS QUARTS DES PROFESSIONNELS GÈRENT DES DOCUMENTS EXTERNES ET INTERNES 140
6.4 LA DÉMATÉRIALISATION DES FONDS EST PLUS AVANCÉE DANS LE SECTEUR PRIVÉ 141
6.5 LES PROJETS LIÉS À LA GESTION DE L'INFORMATION 142
6.5.1 Les projets au niveau corporate sont les plus nombreux 143
6.5.2 Les projets de création de site Internet ou Intranet sont les plus fréquents dans les organisations 144
6.6 48% DES ORGANISATIONS INTERROGÉES ONT DES PROCESSUS NORMALISÉS 148
7. LE POSITIONNEMENT DES SERVICES INFODOCUMENTAIRES 150
7.1 PLUS DE LA MOITIÉ DES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION TRAVAILLENT DANS DES SERVICES DE PLUS DE CINQ PERSONNES 150
7.2 DANS 31% DES CAS, LE PROFESSIONNEL DE L'INFORMATION EST RATTACHÉ À UN SERVICE DOCUMENTATION-INFORMATION 151
7.3 UNE MISSION EN ADÉQUATION AVEC LA STRATÉGIE DE L'ORGANISATION 153
7.4 UNE PLACE DANS L'ENTREPRISE DIFFICILE À TROUVER 154
7.5 MANQUE D'INTÉRÊT DE LA PART DE LA DIRECTION 156
7.6 PLUS D'UN QUART DES SERVICES SONT EN COURS DE RESTRUCTURATION 157
8. LE MANAGEMENT DES SERVICES INFODOCUMENTAIRES 158
8.1 PLUS DE LA MOITIÉ DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS DISPOSENT D'UN BUDGET ANNUEL INFÉRIEUR À 50 000 EUROS 158
8.2 EVALUATION DE LA PERFORMANCE DU SERVICE INFODOCUMENTAIRE 160
8.2.1 44% des professionnels ont des objectifs quantitatifs à atteindre 160
8.2.2 35% des professionnels ont des objectifs qualitatifs à atteindre 162

8.3 54% DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS SONT DANS UNE DÉMARCHE DE MUTUALISATION DES RESSOURCES ... 163
8.4 42% DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS ONT DES FONCTIONS D'ENCADREMENT ... 164
8.5 LES ENQUÊTES DE SATISFACTION ET LES ENQUÊTES DE BESOINS : LES DEUX PREMIERS OUTILS DE MARKETING DOCUMENTAIRE ... 165
8.6 56% DES PROFESSIONNELS INTERROGÉS ONT MIS EN PLACE UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION ... 166

9. LES COMPETENCES ET LES BESOINS EN FORMATION ... 169

9.1 LES COMPÉTENCES DES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION ... 169
9.1.1 Les référentiels métiers ... 169
9.1.2 Les professionnels souhaitent acquérir des compétences dans le domaine des technologies Web 2.0 ... 174
9.2 80% DES PROFESSIONNELS ONT DÉJÀ SUIVI DES FORMATIONS CONTINUES ... 176
9.2.1 Plus d'un tiers des professionnels ont suivi une formation dans le domaine de la veille et la recherche d'informations ... 177
9.2.2 Les besoins en formation continue ... 178
9.2.3 Une offre de formation continue considérée comme adaptée ... 180
9.3 LES ALTERNATIVES À LA FORMATION CONTINUE ... 181

10. LES OUTILS DE TRAVAIL ... 182

10.1 LES LOGICIELS DE GESTION DOCUMENTAIRE ET DE BIBIOTHÈQUE SONT PRINCIPALEMENT UTILISÉS PAR LES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION ... 183
10.2 LES OUTILS WEB 2.0 SÉDUISENT 46% DES PROFESSIONNELS, PARTICULIÈREMENT DANS LES PETITES ORGANISATIONS ... 185
10.3 55% DES PROFESSIONNELS PRATIQUENT UNE LANGUE ÉTRANGÈRE (L'ANGLAIS PRINCIPALEMENT) ... 189
10.4 LES TROIS QUARTS DES PROFESSIONNELS UTILISENT UN RÉSEAU PROFESSIONNEL ... 190
10.5 LES MAGAZINES LUS RÉGULIÈREMENT : ARCHIMAG EN TÊTE ... 193
10.6 LE SITE INTERNET LE PLUS CONSULTÉ : ADBS ... 195
10.7 LES BLOGS LE PLUS CONSULTÉS : ABONDANCE ET OUTILS FROIDS ... 196

CHAP. 3 LES ETUDIANTS EN INFORMATION DOCUMENTATION ... 199

1. DESCRIPTION DE LA POPULATION ETUDIANTE ... 200

1.1 UNE POPULATION ÉTUDIANTE À MAJORITÉ FÉMININE ... 200
1.2 LES FORMATIONS EN DOCUMENTATION SONT PRIVILÉGIÉES PAR LES ÉTUDIANTS INTERROGÉS ... 201
1.3 LES ÉCOLES FRÉQUENTÉES PAR LES ÉTUDIANTS INTERROGÉS ... 203
1.4 LES JEUNES CHOISISSENT CES MÉTIERS POUR AVOIR UN DÉBOUCHÉ PROFESSIONNEL ET UTILISER LES NOUVELLES TECHNOLOGIES ... 205
1.5 PLUS DES DEUX TIERS DES ÉTUDIANTS ONT SUIVI UNE FORMATION INITIALE DANS UN DOMAINE AUTRE QUE L'INFORMATION DOCUMENTATION ... 206

2. LA VISION DE LEUR FUTUR METIER ... 208

2.1 PRÈS DE LA MOITIÉ DES ÉTUDIANTS NE SAVENT PAS EXACTEMENT QUEL « MÉTIER »ILS VEULENT EXERCER ... 208
2.2 VEILLEUR ET DOCUMENTALISTE SPÉCIALISÉ : LES MÉTIERS LES PLUS PRISÉS ... 209
2.3 LA STRUCTURE DANS LAQUELLE L'ÉTUDIANT SOUHAITE TRAVAILLER ... 211
2.3.1 Plus de la moitié des étudiants sondés souhaiteraient travailler dans le secteur privé ... 211
2.3.2 Plus de la moitié des étudiants sondés souhaiteraient travailler dans une grande entreprise ... 211
2.3.3 Un quart des étudiants interrogés souhaiteraient travailler dans un service de ressources documentaires ... 212
2.4 LES ÉTUDIANTS INTERROGÉS SONT OPTIMISTES QUAND AUX DÉBOUCHÉS ... 214

2.6. LA MAÎTRISE DES OUTILS INFORMATIQUES EST LA PREMIÈRE COMPÉTENCE MENTIONNÉE PAR LES ÉTUDIANTS 218

3. L'INSERTION PROFESSIONNELLE 220

CHAP. 4 COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES UTILISATEURS D'INFORMATIONS 223

1. COMPORTEMENTS ET ATTENTES DES UTILISATEURS D'INFORMATION 224

1.1 DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON 224

1.2 LA RECHERCHE D'INFORMATIONS 227

1.2.1 Le type d'informations recherché dépend du secteur d'activité de l'usager 227

1.2.2 84% des usagers interrogés utilise d'abord Google pour faire une recherche d'informations 228

1.2.3 Les difficultés rencontrées lors des recherches d'informations 231

1.2.4 Les sources utilisées 233

1.3 DES ATTENTES DIFFÉRENTES SELON LES TYPES D'UTILISATEURS 234

1.4 DANS LA MAJORITÉ DES CAS (69%), LES USAGERS DE L'INFORMATION RESTENT « AUTONOMES » DANS LEUR RECHERCHE D'INFORMATIONS, MALGRÉ L'EXISTENCE D'UN SERVICE D'INFORMATION 237

1.5 L'EXISTENCE D'UNE « CELLULE D'INFORMATION » INFLUE POSITIVEMENT SUR LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE D'INFORMATION DES USAGERS 238

1.6 LES ATTENTES DES UTILISATEURS VIS-À-VIS DES PROFESSIONNELS : VEILLE CONTINUE, RÉACTIVITÉ ET GESTION DE L'INFORMATION INTERNE 238

1.7 UNE IMAGE DES PROFESSIONNELS DE L'INFORMATION LIÉE AUX TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION 240

1.8 PLUS D'UN TIERS DES USAGERS UTILISENT DES OUTILS WEB 2.0 POUR PRODUIRE DE L'INFORMATION 241

2. LA VISION DES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC SUR LEURS UTILISATEURS ET LEURS SERVICES 242

2.1 LA RELATION AVEC L'UTILISATEUR 242

2.2 LES BESOINS DES UTILISATEURS, SELON LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 242

2.3 LES COMPÉTENCES EN RECHERCHE D'INFORMATIONS DES UTILISATEURS, SELON LES PROFESSIONNELS DE L'INFODOC 243

2.4 LES PRODUITS ET SERVICES APPORTÉS À L'UTILISATEUR PAR LE PROFESSIONNEL DE L'INFODOC 246

2.4.1 La diffusion sélective de l'information 246

2.4.2 La valeur ajoutée apportée par un professionnel de l'infodoc 246

3. LES JEUNES ET LA RECHERCHE D'INFORMATION : PREDOMINANCE D'INTERNET 249

4. EVOLUTION DES USAGES EN BIBLIOTHEQUES ET CENTRES D'ARCHIVES 252

4.1 BAISSE DE FRÉQUENTATION PHYSIQUE DES BIBLIOTHÈQUES ET CENTRES D'ARCHIVES, MAIS HAUSSE DES VISITES VIRTUELLES 252

4.2 UN BESOIN DE PRODUITS NUMÉRIQUES ADAPTÉS À LA CULTURE WEB 254

4.3 DES EXEMPLES DE MÉDIATHÈQUE À LA POINTE DE L'INNOVATION 257

CHAP. 5 LES DECIDEURS ET LA GESTION DE L'INFORMATION 261

1. DESCRIPTION DE LA POPULATION DES DECIDEURS 262

1.1 FONCTION DES RÉPONDANTS 262

1.2 SECTEUR D'ACTIVITÉ DES RÉPONDANTS 263

1.3 TYPE DE STRUCTURES INTERROGÉES 264

2. LA GESTION DE L'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS 265
2.1 LA GESTION DE L'INFORMATION, UN PATRIMOINE STRATÉGIQUE À VALORISER 265
2.1.1 La technologie prédomine dans les organisations 265
2.1.2 Les typologies de projets de gestion de l'information 266
2.1.3 La nécessité d'une gouvernance des données 267
2.2 LA GESTION DE L'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS INTERROGÉES 268
2.2.1 37% des organisations interrogées ont mis en place un système de veille 268
2.2.2 88% des décideurs interrogés sont sensibilisés à la mémoire de leur organisation 269
2.2.3 Près de la moitié des organisations disposent au moins d'un service information/documentation 270
2.3 LES PRÉOCCUPATIONS DES ORGANISATIONS EN MATIÈRE D'INFORMATION 272
2.3.1 Disposer d'informations fiables et à jour est la première préoccupation des organisations 272
2.3.2 La mise en place d'une base de données client est le premier objectif des décideurs en matière de gestion de l'information 274
2.3.3 Près de sept décideurs sur dix ne font pas appel à un professionnel de l'information pour prendre leurs décisions 276
3. L'AVENIR DE L'INFODOC SELON LES DECIDEURS 277
3.1 LES ATTENTES DES DÉCIDEURS PAR RAPPORT À UN PROFESSIONNEL DE L'INFORMATION 277
3.2 LA GESTION DES CONNAISSANCES EST L'AVENIR DE L'INFODOC POUR LES DÉCIDEURS INTERROGÉS 278
3.3 LES PROFESSIONNELS DOIVENT ÊTRE RATTACHÉS À LA DIRECTION GÉNÉRALE OU STRATÉGIQUE 281
3.4 DES MÉTIERS DE PLUS EN PLUS STRATÉGIQUES 281

CHAP. 6 PERSPECTIVES DE L'INFODOC 285

1. PANORAMA INTERNATIONAL 286
1.1 L'ORGANISATION INSTITUTIONNELLE DES BIBLIOTHÈQUES ET DES ARCHIVES 286
1.1.1 Les institutions en France 286
1.1.2 Dans l'Union européenne 287
1.1.3 Fusion des archives et de la bibliothèque nationale au Canada 288
1.1.4 Au niveau mondial 288
1.2 LES ASSOCIATIONS EN FRANCE ET EN EUROPE 288
1.2.1 Les associations en France 288
1.2.2 Fusion des associations de documentalistes, archivistes et bibliothécaires dans plusieurs pays européens 289
1.3 EVOLUTION DES FONCTIONS DANS LES PAYS ANGLO-SAXONS 291
1.3.1 Aux Etats-Unis 291
1.3.2 Au Canada 293
1.3.3 Au Royaume-Uni 294
2. MATRICE SWOT 296
3. LES SCENARIOS D'EVOLUTION 300
3.1 LE SCÉNARIO PESSIMISTE : DISPARITION DES DOCUMENTALISTES 300
3.2 SCÉNARIO TENDANCIEL : REPOSITIONNEMENT DES PROFESSIONNELS 303
3.3 LE SCÉNARIO « RENAISSANCE » : LE MANAGEMENT GLOBAL DE L'INFORMATION 305
4. LES AXES D'ORIENTATIONS STRATEGIQUES 308
4.1 PENSER ET AGIR À L'ÉCHELLE DE L'ORGANISATION OU DE L'ENTREPRISE 309
4.2 ACQUÉRIR LA DIMENSION ÉCONOMIQUE DE LA GESTION DE L'INFORMATION 311
4.3 VALORISER LES ACTIVITÉS DE GESTION DE L'INFORMATION PAR DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION 312
4.4 INNOVER EN PLAÇANT L'USAGER AU CENTRE DE LA RÉFLEXION 315
4.4.1 Conception d'outils d'accès à l'information 315

4.4.2 Personnaliser vos services et produits d'information ... 315
4.4.3 Créer des produits d'accès à l'information en temps réel ... 316
4.4.4 Utiliser le web 2.0 ... 316
4.4.5 Créer des produits accessibles aux salariés nomades depuis l'Internet mobile ... 316
4.4.6. Créer des produits documentaires synthétiques ... 316
4.4.7 Cartographier l'ensemble des ressources disponibles ... 317
4.4.8 Créer des ressources d'autoformation ... 317
4.5 ADMINISTRER LE WEB (PORTAIL, INTRANET, INTERNET) ... 317
4.6 VALORISER, RÉDIGER ET RÉÉDITORIALISER DES CONTENUS SUR LE WEB ... 318
4.7 GÉRER ET ÉDITORIALISER DES CONTENUS MULTIMEDIAS ... 319
4.8 ANIMER DES COMMUNAUTÉS DE PRATIQUES OU D'INTÉRÊTS ... 320
4.9 FORMER ET ACCOMPAGNER SES USAGERS ... 321
4.10 GÉRER ET CONTRÔLER L'INFORMATION INTERNE ET LES PROCESSUS DE SON ORGANISATION (MANAGEMENT DE LA QUALITÉ, RECORDS MANAGEMENT…) ... 322
4.11 TRAITER ET DIFFUSER DES DOCUMENTS NUMÉRIQUES ... 324
4.12 GÉRER LA MÉMOIRE DE SON ORGANISATION ... 326
4.13 FAIRE DE LA VEILLE COLLABORATIVE ... 328
4.13.1 Mise en place d'une veille collaborative ... 329
4.13.2 Surveillance de l'e-reputation de son organisation ... 330
4.14 GÉRER LES CONNAISSANCES DE SON ORGANISATION ... 331
5. LES NOUVEAUX « METIERS » ... 334
5.1 LES FONCTIONS LES PLUS PROMETTEUSES ... 334
5.2 LES MÉTIERS ÉMERGENTS ... 335
5.2.1 Community Manager ... 335
5.2.2 Editeur d'ontologies ... 336
5.2.3 Document controller ... 337
5.2.4 Gestionnaire de bibliothèque numérique ... 338
5.2.5 Gestionnaire de ressources numériques ... 338
5.2.6 Manager/Gestionnaire de l'information ... 339
5.2.7 Responsable de l'archivage web ... 341
5.2.8 Autres métiers ... 341
5.2.9 Carte des métiers ... 341
5.3 LES FORMATIONS EN INFORMATION-DOCUMENTATION SONT TROP NOMBREUSES, TROP COMPARTIMENTÉES ET N'INTÈGRENT PAS ASSEZ LA DIMENSION MANAGERIALE DE LA FONCTION ... 342
6. LES COMPETENCES DES NEO-PROFESSIONNELS ... 345
7. L'EXTERNALISATION ... 348
8. LES DEBOUCHES EN TERMES D'EMPLOI ... 350
8.1 UN TAUX DE CHÔMAGE DE 18,2% ... 350
8.2 DES PERSPECTIVES D'EMPLOI TRÈS FAIBLES ... 351
8.3 LE MARCHÉ DE L'EMPLOI, SELON L'OBSERVATOIRE ADBS ... 352
8.4 LES OFFRES D'EMPLOI, CANAL LE PLUS UTILISÉ PAR LES PROFESSIONNELS POUR TROUVER UN POSTE ... 353
8.5 LES RECRUTEMENTS ENVISAGÉS, SELON NOS ENQUÊTES ... 354
8.5.1 14% des professionnels de l'infodoc interrogés ont prévu de recruter en 2009-2010 ... 354
8.5.2 16% des décideurs interrogés ont prévu de recruter un professionnel de l'infodoc dans les années à venir ... 354
8.6 LES SECTEURS D'ACTIVITÉ QUI RECRUTENT ... 356
8.6.1 Les sociétés Internet : moteurs de recherche, e-commerce, référenceurs… ... 356
8.6.2 Les PME ... 357
8.6.3 Les directions de l'innovation des grandes entreprises ... 357
8.6.4 Les collectivités territoriales ... 358
8.6.5 Les sociétés prestataires de services, de conseil ou éditeurs de contenus 358

CONCLUSION **361**

CHAP. 7 ANNEXES **363**

ANNEXE 1 : CHARTE D'ETHIQUE SERDALAB **364**

ANNEXE 2 : ANNONCES D'EMPLOI EN GRANDE-BRETAGNE **366**

ANNEXE 3 : ANNONCES D'EMPLOI DE COMMUNITY MANAGER **369**

ANNEXE 4 : LISTE D'ASSOCIATIONS INTERNATIONALES **372**

ANNEXE 5 : QUELQUES PISTES POUR RECHERCHER UN EMPLOI **377**

BIBLIOGRAPHIE **378**

WEBOGRAPHIE **380**

GLOSSAIRE 384