

# L'implantation d'un centre de documentation : avant, pendant et après

Nicole Lavigne

Volume 41, Number 3, July–September 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1033236ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1033236ar>

[See table of contents](#)

## Publisher(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

## ISSN

0315-2340 (print)

2291-8949 (digital)

[Explore this journal](#)

## Cite this article

Lavigne, N. (1995). L'implantation d'un centre de documentation : avant, pendant et après. *Documentation et bibliothèques*, 41(3), 173–176.  
<https://doi.org/10.7202/1033236ar>

Tous droits réservés © Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED), 1995

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

**Érudit**

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

## L'implantation d'un centre de documentation: avant, pendant et après

Nicole Lavigne\*  
Ville de Montréal

L'implantation d'un centre de documentation est toujours un exercice stimulant pour un bibliothécaire. Nous bâtissons, nous créons, et il semble que notre savoir, notre imagination et notre expérience peuvent (enfin!) être mis à contribution. Même bien préparés à relever de tels défis, il arrive que le temps nous manque et qu'il nous faille improviser au risque de brûler quelques étapes importantes.

Le but de ce texte est de proposer un plan d'action pour l'implantation d'un centre de documentation, de l'analyse des besoins à la mise en activité du centre. Nous supposons qu'un préalable existe, à savoir une décision de créer un centre de documentation. Ceci étant acquis, nous proposons un «plan de réalisation» simple et réaliste et quelques pistes d'actions essentielles. Nous ne pourrions certes aborder ici dans le détail toutes les étapes du projet, mais chacun pourra ensuite adapter les paramètres proposés à ses propres exigences ou à ses besoins, compte tenu du budget et des caractéristiques du centre de documentation à planter.

Dans tous les cas, cependant, la responsabilité du professionnel de l'information et de la documentation est la même: implanter un centre de documentation *offrant des produits et services de qualité et répondant aux besoins réels d'une clientèle clairement identifiée*. Une idée maîtresse doit donc guider notre action: l'adéquation des services documentaires aux besoins des usagers, dans le respect des ressources disponibles.

Bien que certaines étapes soient communes aux bibliothèques et centres de documentation ou d'information, notre propos ne touchera pas l'implantation de bibliothèques proprement dites, mais se limitera essentiellement aux centres de documentation ou d'information, qu'ils se

situent à l'intérieur d'une entreprise privée, d'une institution ou d'une administration publique. Dans tous les cas, nous proposons cinq règles essentielles: la définition claire et précise du mandat, l'observation du milieu et l'identification de la clientèle, l'analyse des besoins documentaires de la clientèle cible, les recommandations et le calendrier d'implantation et la promotion du centre et de ses services.

**RÈGLE NUMÉRO 1: obtenir une copie du mandat et s'y référer tout au long du processus d'implantation.**

### *Définition claire et précise du mandat*

Il arrive très souvent que nous nous lancions avec enthousiasme dans un projet sans avoir pris soin de clarifier le mandat qui nous a été confié. Le projet de création d'un centre de documentation repose nécessairement sur une décision politique ou administrative. Nous nous éviterons de grands ennuis et... surtout de grandes déceptions si nous prenons donc soin d'obtenir une copie de cette décision.

Nous devons notamment nous faire préciser au départ le temps dont nous disposons, les budgets alloués, l'espace alloué au centre, etc. Par exemple, si l'entreprise désire que le centre commence à fonctionner dans trois mois, qu'il ne dispose que d'une petite salle de travail et que son budget d'acquisition pour l'année en cours est pratiquement nul, la dynamique sera bien différente du cas où l'on ne rencontre aucune contrainte budgétaire, où l'espace alloué ne pose pas de problème et où l'on dispose, par surcroît, de trois mois pour réaliser une étude de besoins documentaires, et de trois mois additionnels pour implanter ensuite le centre de documentation. Une fois le mandat précisé, il est de plus important de vérifier si des contraintes réelles exis-

tent au niveau de l'espace alloué et des ressources budgétaires du centre.

À titre d'exemple, j'ai eu à travailler à l'implantation d'un centre de documentation pour le Service des études économiques de la Banque Nationale. En acceptant ce défi, en avril 1982, je savais que je disposais d'un tout petit espace, que les documents que je déciderais de conserver devaient pouvoir tenir sur les quelques étagères allouées; je connaissais mon budget d'acquisition et... je savais aussi que je serais seule en poste. Mon mandat: implanter un centre de documentation simple et fonctionnel, facile d'accès, pour répondre dans un premier temps aux besoins quotidiens d'information du personnel du Service des études économiques de la Banque. Je décidai de relever ce défi convaincue qu'il était important de bâtir un centre, même modeste, qui corresponde aux besoins de la clientèle cible. Et avec mon optimisme entêté, je savais que le centre ne pourrait que progresser avec le temps...

La situation était différente lorsque je fus appelée à implanter un nouveau centre de documentation à la Ville de Montréal. Rien n'était décidé à l'avance au niveau de l'espace alloué, des collections à acquérir et des services à offrir. Une étude de besoins documentaires devait être entreprise, un rapport soumis, trois scénarios envisagés, etc. Dans l'un et l'autre cas, les expériences furent enrichissantes sur le plan professionnel puisqu'il s'agissait de bâtir une unité de

\* L'auteure, conseillère en ressources documentaires et responsable du Centre d'information en affaires municipales à la Ville de Montréal, a réalisé l'implantation de deux centres de documentation, l'un dans l'entreprise privée, l'autre dans le secteur public.

service qui correspondait à des besoins documentaires spécifiques et clairement identifiés.

**RÈGLE NUMÉRO 2** se documenter sur l'entreprise, connaître les groupes cibles d'utilisateurs et orienter son action en vue de répondre à leurs besoins et attentes.

### *Observation du milieu et identification de la clientèle*

Dans la mesure du possible, on doit éviter de réinventer sans cesse la roue. Il faut s'arrêter, observer le milieu et voir ce qui existe dans l'entreprise concernée. Notre plan d'action, la mission du centre de documentation, le champ documentaire, l'éventail des produits et services dispensés seront différents s'il existe déjà une bibliothèque centrale ou d'autres centres de documentation dans l'entreprise. On doit donc observer le milieu, se documenter sur l'entreprise, identifier les autres centres de documentation existants, à l'interne comme à l'externe, dans notre champ de spécialité, établir des contacts, visiter les centres, voir les échanges de services possibles et identifier clairement la clientèle: l'ensemble du personnel de l'entreprise, élus municipaux, ingénieurs, pompiers, étudiants, etc.

Toutes ces informations guideront nos actions futures notamment dans l'énoncé de mission du centre, la définition du champ documentaire et la proposition de prestations de services.

**RÈGLE NUMÉRO 3** procéder à une analyse de besoins documentaires et élaborer un plan de développement conforme aux attentes et besoins des utilisateurs.

### *Analyse des besoins documentaires de la clientèle cible*

La documentation est une ressource difficile à gérer: elle doit être exhaustive, pertinente et disponible rapidement. C'est le rôle d'un centre de documentation ou d'un service d'information documentaire de rassembler et de diffuser cette information.

Les principaux critères justifiant l'existence d'un centre de documentation

sont: l'importance des besoins du personnel en recherche documentaire, la nécessité d'avoir accès *sur place* à une collection spécialisée et la nécessité d'avoir recours à du personnel spécialisé en documentation.

D'où l'importance, après avoir bien identifié la clientèle cible, d'analyser ses besoins documentaires. Il faut savoir comment les clients éventuels comblent pour l'instant leurs besoins de documentation; il faut identifier leurs principaux outils de référence, les périodiques qu'ils consultent le plus fréquemment, les autres centres de documentation ou bibliothèques qu'ils utilisent. L'étude de besoins documentaires devrait de plus permettre d'évaluer le temps qu'ils consacrent chaque semaine à leur cueillette d'information et, surtout, les besoins documentaires non comblés ou comblés de façon insatisfaisante.

Il ne faut pas craindre que cette analyse de besoins démontre jusqu'à l'inutilité d'un centre de documentation. Il nous appartient néanmoins d'identifier comment et en quoi l'implantation du centre de documentation résoudra les problèmes actuels. Et, conséquemment, le champ documentaire et l'éventail des services proposés devra favoriser des économies

Ville de Montréal dont en voici brièvement le portrait.

### *La cueillette de l'information*

Le Comité exécutif de la Ville de Montréal confiait au Module relations avec les citoyens et citoyennes, lors de sa création en juillet 1987, le mandat d'implanter un centre de documentation sur les affaires municipales à l'Hôtel de Ville. En vertu d'un protocole d'entente avec Hydro-Québec, Judith Lesage, de cette entreprise, agit comme consultante et un groupe de travail fut formé pour réaliser l'enquête permettant d'identifier les besoins de l'Administration. Ce groupe de travail comprenait Alban Laliberté, chef de la division Développement de l'accessibilité, Judith Lesage et moi-même, alors libérée de mon poste de bibliothécaire de référence à la bibliothèque centrale.

De mai à décembre 1988, je travaillai à cette étude de besoins. Nous avons décidé de procéder par l'envoi de questionnaires à une partie de la clientèle cible constituée des élus municipaux, de leur personnel politique, et de la direction administrative de la Ville. Le questionnaire fut envoyé par courrier interne. Je recueillis ensuite personnellement chaque questionnaire auprès des répondants et

Questionnaire	
Objet de la question	Question(s)
Identification du répondant	nos 1 et 2
Habitudes documentaires	nos 3-9; 11; 16
Mesure de la satisfaction actuelle	no 10
Connaissance des services et documents existants	nos 12-13
Services souhaités	nos 14-15
Opinions et perceptions des services	nos 17-18; 21-24
Banques de données utiles ou souhaitées	no 19
Achats de documents	no 20
Commentaires personnels	no 25

de temps et d'argent tout en fournissant des services et produits documentaires répondant aux besoins réels de la clientèle.

Si le temps le permet, il est certes préférable de procéder à une analyse approfondie des besoins documentaires et de proposer ensuite différents scénarios d'implantation. Cet exercice fut possible avant l'implantation du Centre d'information en affaires municipales (CIAM) à la

profitai de cette entrevue pour noter commentaires et suggestions.

La première étape fut donc l'élaboration du questionnaire. Ce dernier comportait 25 questions (Tableau ci-dessus)

Cet exercice sera utile pour l'implantation du centre, certes, mais deviendra un guide précieux pour la gestion quotidienne du centre de documentation et les

projets d'expansion future... comme il pourra servir d'argument pour éviter de trop sévères diminutions de ressources, voire même assurer la survie du centre en période de restrictions budgétaires.

**RÈGLE NUMÉRO 4** faire des recommandations réalistes et proposer différents scénarios d'implantation, selon les ressources allouées, rédiger un échéancier précis et le respecter.

### *Recommandations et calendrier d'implantation*

Le temps alloué pour «penser» est la plupart du temps inexistant. Nous nous retrouvons dans le feu de l'action avant même de savoir où nous allons. Si cela survient, c'est justement le signe qu'il faut absolument s'arrêter un instant et faire une ébauche de calendrier de travail, même si nous devons le réviser constamment.

L'enquête ou l'étude sur les besoins documentaires a permis d'évaluer et de cibler les besoins de la clientèle:

*...le centre de documentation sera le point de liaison et d'information privilégié pour les élus municipaux et le personnel. Pour ce faire, il devra prendre les moyens pour centraliser l'information disponible; il devra aussi s'appuyer sur les riches collections existantes. Le type de documents conservés dans les différentes unités du réseau sera clairement établi au départ et une étroite collaboration devra ensuite s'établir entre les «serveurs»: la Bibliothèque centrale, les Archives, les centres de documentation des services. (Ville de Montréal 1988, 35)*

Le Rapport recommandait l'implantation d'un centre de documentation et présentait trois scénarios possibles. Un tableau suggérait même l'évolution des clientèles du centre au fur et à mesure que ses effectifs augmenteraient (Ville de Montréal 1988, 49). Après quelques années d'activité, ce tableau est souvent encore une référence utile: de nouvelles clientèles pourraient s'ajouter à condition que les effectifs augmentent. Les effectifs sont réduits: on doit nécessairement re-

venir à un autre scénario de prestation de services. Ils augmentent: la clientèle peut être élargie et les services étendus et bonifiés.

L'analyse de besoins documentaires a été entreprise en mai 1988 et un rapport a été déposé au Conseil municipal en décembre de la même année. Le 14 décembre 1988, le Comité exécutif adoptait la résolution 88 05615 et décidait, notamment:

### *d'implanter un centre de documentation:*

- dont les principales fonctions seraient la coordination, la recherche, la localisation des documents, la diffusion de l'information et l'établissement de dossiers d'information;
- dont la clientèle serait, dans un premier temps, les élus municipaux, le personnel politique et administratif de la Ville de Montréal auxquels s'ajouteront progressivement les services municipaux, les médias et les citoyens et citoyennes. (Extrait authentique... 1988, 1)

Le calendrier d'implantation est un outil précieux: on doit clairement indiquer des activités à réaliser selon des échéanciers précis. Pour le Centre d'information en affaires municipales, le calendrier s'échelonnait sur quelques mois. Il faut penser à l'organisation physique du centre, mais aussi à l'ameublement «intellectuel» et «technique»: acquisition de documentation, traitement des documents, choix des serveurs auxquels s'abonner et contrats de services, élaborations d'utilitaires, organisation du réseau informel de collaboration, organisation physique du local, lignes téléphoniques, de modems, de télécopieur, etc. et annonce de l'ouverture du centre et des services offerts.

Nous sommes souvent bouleversés dans l'échéancier et, la plupart du temps, nous devons annoncer l'ouverture du centre sans que tout soit prêt: il est illusoire de penser que l'organisation première sera définitive. On peut donc offrir plus rapidement un service et préparer un bon calendrier de travail où, graduellement, de nouveaux services pourront se greffer, en fonction des besoins des utilisateurs.

Le 10 avril 1989, le Centre d'information en affaires municipales a ouvert ses portes avec la mission de «rendre disponibles aux élus municipaux, au personnel politique et administratif de la Ville de Montréal, des produits et services documentaires ayant trait aux affaires municipales». Une lettre circulaire fut adressée à la clientèle cible. La note mentionnait en quelques lignes les principaux services offerts au départ: service de téléréférence, profils d'intérêt, prêt de documents, consultation sur place. On signalait que la collection de volumes était restreinte et l'on offrait de faire parvenir aux intéressés une liste des périodiques spécialisés en gestion municipale auxquels le centre était abonné. Enfin, la note indiquait l'adresse du centre, les heures d'ouverture et le numéro de téléphone de la responsable. Un plan d'aménagement du Centre accompagnait l'envoi.

L'une des étapes les plus fascinantes de la vie professionnelle commençait... ou plutôt se poursuivait!

**RÈGLE NUMÉRO 5** faire connaître de façon dynamique les services disponibles

### *Promotion du centre et de ses services*

La vie d'un centre de documentation ne va pas sans heurts et rien n'est jamais acquis: il faut sans cesse réévaluer les services offerts, souvent en justifier la nécessité, et un moyen efficace de conserver ses meilleurs alliés, ses clients, est l'analyse continue des besoins de la clientèle. Comment peut-on, en effet, prétendre offrir des services adéquats si l'on ne se soucie pas d'adapter nos services aux besoins de notre clientèle même si les ajustements que cela suppose nous bousculent parfois.

Lorsque l'on a compris qu'une unité de service documentaire doit répondre aux besoins «X» d'une clientèle «Y», tout devient beaucoup plus simple.

Connaître sa clientèle, s'intéresser à ses activités, à ses travaux, n'est-ce pas là le meilleur moyen d'identifier les services documentaires à offrir et d'organiser notre propre veille informationnelle? Savoir qu'un conseiller travaille sur un dossier et l'informer d'un article récent qui

vient d'être publié sur le sujet, enrichir sa collection en tenant compte des suggestions des lecteurs, et consulter les spécialistes pour développer un champ documentaire, voilà autant de moyens d'adapter ses services aux besoins de ses clients.

Il faut donc être présent, attentif, et réceptif. Il faut maintenir un éventail de services dynamiques et veiller à les faire connaître. Voici quelques petits trucs:

- Informez régulièrement vos usagers des services offerts;
- Faites connaître vos nouvelles acquisitions, vos nouveaux serveurs;
- Ayez toujours un petit document préparé sur votre centre de documentation (même modeste) où, en quelques pages, vous présentez votre service: date de fondation, mission, champ documentaire, services offerts, heures d'ouverture, état de la collection, etc. Distribuez-le aux nouveaux usagers;
- Dressez une liste de vos périodiques et remettez-la sur demande;
- Si vous offrez des services spécialisés, préparez une feuille sur laquelle vous les énumérez; remettez-la à vos clients;
- Signez une chronique à l'occasion dans le journal de votre entreprise où vous parlez de vos services et présentez vos nouvelles acquisitions, par exemple;
- Si vous préparez une bibliographie sélective, faites-la connaître à l'ensemble de la clientèle; offrez-en des copies aux personnes intéressées ou faites-la circuler;
- Après une recherche documentaire pour un client, communiquez avec lui une semaine plus tard pour vérifier si le tout était satisfaisant;
- Invitez des groupes d'usagers au centre pour expliquer vos services et présenter vos collections... ou faites-vous inviter chez eux... Il en résultera une meilleure compréhension et la collaboration sera grandement facilitée.

L'analyse continue des besoins documentaires des utilisateurs constitue à notre avis un gage de succès, voire même de survie. La politique de service du centre doit être suffisamment souple pour s'adapter constamment aux besoins

nouveaux des utilisateurs. Vos clients veulent effectuer eux-mêmes des recherches sur disques optiques? Offrez-les en réseau, initiez les utilisateurs, préparez des utilitaires. Soyez la personne ressource indispensable qui est à la tête du défilé et non celle qui regarde passer la parade sans broncher. Inutile de maintenir un type de service que vous jugiez au départ indispensable s'il n'est plus jugé nécessaire par les utilisateurs. Par ailleurs, ne craignez pas d'innover pour répondre aux exigences grandissantes d'une clientèle maintenant surinformée.

La vie d'un centre de documentation n'est jamais terne: elle comporte ses hauts et ses bas, ses périodes d'expansion et ses moments de crise. Il ne faut toutefois jamais perdre de vue sa raison d'être: un centre de documentation est tributaire de

ses clients car ce sont eux, en somme, qui le feront évoluer ou stagner. En tant que professionnels de la documentation et de l'information, il nous appartient de démontrer souplesse et fermeté à la fois afin d'imposer notre présence et de faire en sorte qu'elle demeure non seulement nécessaire mais appréciée et efficace dans tous les milieux où il nous est donné d'exercer une veille informationnelle.

### Sources consultées

*Extrait authentique du procès-verbal d'une séance du Comité exécutif de la Ville de Montréal tenue le 14 décembre 1988. (Résolution 88 05615). 2 p.*

Montréal (Québec). Service de la planification et de la concertation. Septembre 1988. *Étude des besoins documentaires de la Ville de Montréal. Rapport final.* Montréal: Le Service. 52 p.

• Mise à jour  
de 55 % des  
données

• Plus économe  
en mémoire  
que jamais

version 3

# ROMULUS

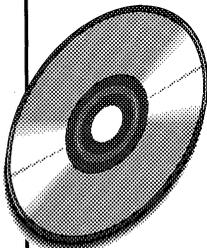
## Fin prêt!

Romulus est un système intégré sur CD-ROM de recherche de périodiques et de commande de documents.

L'avantage Romulus :

- améliore l'efficacité du prêt entre bibliothèques
- toutes les fonctions de PEB en un seul outil
- compatible aux systèmes de PEB automatisés
- recherche d'emplacement personnalisée
- copie des notices de catalogage et bien plus ...

Romulus recense les périodiques de plus de 400 bibliothèques canadiennes (y compris les 50 000 périodiques de la collection de l'ICIST) ainsi que les politiques de prêt de plus de 5 000 bibliothèques canadiennes.



Pour une brochure gratuite sur Romulus :

1-800-668-1222 • télécopieur : (613) 952-9112 • [cisti.info@nrc.ca](mailto:cisti.info@nrc.ca)

Canada



Bibliothèque nationale  
du Canada

National Library  
of Canada

CISTI • ICIST