

Informatique : je t'aime ... moi non plus

L'avènement des technologies de l'information et de la communication (TIC) a changé notre métier. L'internet et son application la plus populaire, le web, ont transformés nos pratiques. Nos rapports avec nos collègues informaticiens sont en train de changer.

Il y a une quinzaine d'année, l'arrivée du web dans les entreprises avait amené l'ABPE à organiser un colloque de réflexion. La principale question était de savoir si la place du journal traditionnel allait s'amenuiser par rapport aux supports numériques en émergence. Aujourd'hui, la question ne se poserait plus en ces termes. Il s'agirait plutôt d'actualiser la définition de notre métier, de ses pratiques et de ses rapports avec d'autres métiers désormais obligatoirement connexes.

Nombre d'entre nous ont été ou seront amenés à construire ou à participer à la création ou à la réalisation de sites web (inter ou intranet) et de journaux électroniques. Souvent, nos médias traditionnels continuent leur longue vie tranquille ; parfois tout est remis à plat. Mais en tous les cas, il s'est agit ou il s'agira d'intégrer la dimension informatique. Et l'on constate qu'entre l'informatique et la communication, le mariage est tant d'amour que de haine.

Avec la venue du web, que s'est-il donc passé ?

Jusque là, les communicateurs fabriquaient seul (ou par sous-traitances bien contrôlées) les « tubes » : journal d'entreprise, plaquette publicitaire, brochure, vidéoconférence, etc. Mais la donne a tout à coup changé en l'an de grâce 1989 lorsque Tim Berners-Lee créa la pierre philosophale nommée « www » (voir encadré).

La technologie est tellement compliquée (non point complexe), implique de tel enjeux budgétaires et surtout soulèvent de telles représentations (inquiétantes) que les technologues ont pris le leadership. Face à l'incertitude et aux enjeux pressentis, les managers ont le plus souvent préféré laisser les commandes au rassurant directeur informatique plutôt qu'à la dircom. Lui, l'informaticien, celui qui sait compter, lui, le bon cartésien, fils de la société industrielle qui a fait ses preuves en de grands empires. Elle, la dircom, la géniale intuitive, fille de la société de la connaissance à peine naissante. Mais bien sûr, le débat dépasse un quelconque sexisme. Il est aussi profond que notre éducation cartésienne, que nos angoisses face au changement, que nos difficultés à gérer l'incertitude, nous, animaux peureux et sécuritaires.

Ne pas confondre internet et web

Le Web (WWW, W3, World Wide Web ou Toile ou T.A.M.) est le résultat de la combinaison de l'Internet, de l'Hypertexte et du Numérique. L'Internet étant le méta-réseau informatique mondial, l'Hypertexte étant le système de texte comprenant des liens, et le Numérique étant le système de représentation d'information au moyen de caractères (chiffrés). Le Web se présente sous deux modalités : libre (ouvert à tous les publics) ou réservé (à un public déterminé). Le portail mixant les deux modes. Tout le reste, des applicatifs de type CRM, courriel, chat, blog, forum, wikis, e-news, ...sont des déclinaisons ou des fonctionnalités complémentaires au Web.

Le nooscope© pour resituer notre métier

Comment donc situer aujourd'hui notre métier ? Je vous propose un modèle des savoir-faire indispensables à la réussite d'une toile d'entreprise, modèle qui permettra à chacun de mieux cerner sa place dans ce nouvel espace immatériel. Ces savoir-faire sont au nombre de cinq ; j'ai baptisé ce modèle « le nooscope »©Maran Group.

1. **La stratégie** : le stratège est le commanditaire actif qui insère le projet du web (local) au sein du projet global de l'entreprise.
2. **L'urbanisme** : l'urbaniste dessine la carte des grands flux d'informations de toutes natures, analogiques et numériques (papier, téléphonie, télématique, informatique, etc.).
3. **L'architecture** : l'architecte est le responsable opérationnel chargé de la structuration des patrimoines informationnels (et flux) sur le web, c'est le chef du projet.
4. **L'édition** : les communicateurs, c-à-d les membres de l'équipe éditoriale, le webdesigner et le webergonome qui « emballent » les contenus. Le fil rouge de l'édition étant tenu par le webéditeur (ou rédacteur en chef), chef de l'équipe qui aura préalablement déterminé la ligne éditoriale du média.
5. **L'informatique** : le webmaster crée et gère en continu la technologie de la toile et s'assure de la connexion de tous les aspects techniques avec ses collègues du département informatique (stockage et sécurité).

La revanche du contenu

L'agence éditoriale interactive dixxit a bien exprimé l'enjeu des rapports entre les communicateurs et les informaticiens, dans le titre d'un document : «Référencement : la revanche du contenu » (www.dixxit.fr/livre-blanc-referencement/). Dans ce livre blanc (gratuit et que je vous recommande), on lit notamment : « *2007 marque une véritable révolution dans le marché du référencement. Les principaux moteurs de recherche placent désormais la qualité du contenu d'un site au cœur de son référencement* ». L'approche éditoriale devient donc incontournable et relègue la technique informatique au second plan. Marina Aubert, présidente d'e-criture (voir encadré) observe de son côté que « *bien que tous les décideurs s'accordent pour dire combien le web est important, une fois leur site web en ligne, après de longs mois de réflexions sur leur image, ils "oublient" leur web et se réveillent subitement après 2, 3, 5 ans, en décidant qu'une nouvelle version est nécessaire. Nous observons que ces textes, que l'on aurait certainement confiés à un spécialiste pour une publication dans un magazine, sont le plus souvent rédigés par la secrétaire* ».

Bref, il y a du pain sur la planche pour nous, communicateurs soucieux d'aider notre organisation dans sa communication. Nous avons aujourd'hui les arguments nécessaires pour répondre par un grand « non » à cette question : « *Doit-on réduire le Web, le réseau, à la seule idée informatique ?* » L'enjeu n'est plus technologique mais bien de contenu.

Qu'attendons-nous donc pour mettre nos savoirs faire à disposition ?

Le modèle du nooscope nous indique deux voies nouvelles pour notre métier. La première : devenir un super mécano de tous les outils de communication d'entreprise et donc du web au sens large (site, e-news, blogs, etc.). En ce cas, nous avons à nous informer et former aux enjeux, impacts, fonctionnements de ces nouveaux outils et des pratiques de l'écriture web en particulier. La seconde serait de développer ce métier de gestionnaire des patrimoines informationnels. Il s'agit alors de devenir un véritable adjoint au management en place. Et les deux feront équipe !

Dominique Annet