

Mieux s'informer pour mieux communiquer

Décrypter • Sélectionner • Transmettre

Caroline Sauvajol-Rialland

DUNOD

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

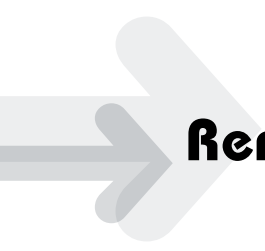


© Dunod, Paris, 2009

ISBN 978-2-10-054626-8

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.



Remerciements

Renaud Rialland, sans qui cet ouvrage n'aurait pas vu le jour.

Claude Sauvajol, pour son indéfectible et irremplaçable soutien.

Brigitte Guyot, Yves Enrègle et Joël de Rosnay, dont les idées, recherches et travaux sont des sources d'inspiration constantes.

Patricia Foucher, Laurence Boulín, Marie Jutigny, Servane Combes, Catherine Grandcoing, Thierry Libaert, Pierre de Saint Salvy, Julien Gourdet, Stéphane Marc, Frank de Nebhay, Marc Timsit et Guillaume Sarrat de Tremezaigues pour leur contribution et pour leur amitié.

Ce livre est dédié à mes étudiants, qui m'imposent de progresser chaque jour... et à Roger Serre qui m'a donné la chance de les rencontrer.

Table des matières

PRÉFACE	IX
----------------------	-----------

INTRODUCTION : Information et communication	1
--	----------

Partie 1 **Apprendre à décrypter l'information**

1. LES ENJEUX DE L'INFORMATION EN ENTREPRISE	13
Les intérêts stratégiques pour l'entreprise	14
Les intérêts particuliers des acteurs en entreprise	26
2. ÉVALUER SES BESOINS EN INFORMATION	35
Typologie des besoins	36
Chronologie des besoins	40
3. TYPOLOGIE DES SOURCES D'INFORMATION	47
L'information	48
La communication	53
La recherche documentaire	55
L'impact des nouvelles technologies sur l'information	57
4. TRAITER ET ÉVALUER LA QUALITÉ DE L'INFORMATION	69
Traiter l'information	70
Évaluer la qualité de l'information	75
SYNTHÈSE 1	85

Partie 2 **Émettre l'information : stratégie et supports**

5. ANALYSE DE LA SITUATION ET DÉFINITION DE L'OBJECTIF	91
La montée des préoccupations éditoriales	92
L'analyse de la situation	95
La définition de l'objectif	99
6. CHOISIR LE MEILLEUR MODE DE COMMUNICATION	103
Les écrits professionnels en entreprise	104
L'élaboration d'un compte rendu	107
L'élaboration d'une analyse et d'une synthèse	116

7. CONNAÎTRE SON PUBLIC ET LES BASES D'UN ÉCRIT EFFICACE	125
La connaissance du lecteur.....	126
Les règles de base d'un écrit efficace.....	136
8. ÉVALUER SES ACTIONS DE COMMUNICATION	149
Méthodologie	150
Outils incontournables.....	155
SYNTHÈSE 2	163

Partie 3

Le test de hiérarchisation des informations

Les objectifs.....	167
Instructions.....	168
Lettres.....	169
Corrigé du test.....	189
CONCLUSION.....	193



Préface

I l n'est pas de bonne communication en entreprise, qu'elle soit interne ou externe, sans un bon système d'information dans l'entreprise. Savoir s'informer et connaître les mécanismes de base de la transmission et de la réception de l'information constituent les étapes fondamentales de tout processus communicationnel.

Si par le passé on pouvait reprocher la faiblesse de l'information disponible, le balancier s'est aujourd'hui déplacé dans l'autre direction et c'est davantage d'une overdose informationnelle dont se plaignent de nombreux cadres. L'information n'a jamais été aussi disponible, et pourtant deux phénomènes cumulatifs réduisent nos capacités à en tirer pleinement profit ; d'abord la perte de confiance envers des sources d'informations, non réductibles aux simples communications électroniques, et la réduction de notre horizon temporel en entreprise qui nous fait vivre dans un ultra court-termisme permanent et qui appelle souvent une information brute, concise et pour laquelle nous ne disposons pas du temps de recoupement et de vérification nécessaire.

C'est tout le mérite de l'ouvrage de Caroline Sauvajol-Rialland que de rappeler l'impérieuse nécessité de la connaissance des techniques fondamentales pour gérer l'information en entreprise au travers de principes toujours exprimés clairement. Il ne peut y avoir de cloisonnement entre la gestion individuelle de l'information et la manière dont l'entreprise organise son système d'information, pas de cloisonnement non plus entre la communication de l'individu et celle

de son organisation ; l'information est la matière première de tout fonctionnement d'entreprise.

À l'heure du ralentissement économique et des réductions budgétaires, face aux pressions de ceux qui souhaitent privilégier la rentabilité immédiate et la suppression des investissements immatériels, il convient de rappeler qu'il n'est pas d'entreprise durable sans une information de qualité. Au travers de multiples exemples, simples et concrets, ce livre s'y emploie opportunément.

Thierry Libaert

Directeur des enseignements de communication
à l'Université de Louvain
Maître de conférences à Sciences-Po. Paris



Introduction

Information et communication

L'information peut avoir diverses significations. On nomme donnée l'information qui est l'objet d'un traitement informatique. On qualifie d'information des faits, des événements, provenant de l'extérieur et qui sont interprétés par l'individu. L'information interprétée, structurée et mémorisée devient connaissance. Pour J.-M. Clark, « la connaissance est le seul instrument de production qui n'est pas sujet à la dépréciation ».

L'information est nécessaire à l'individu, à l'organisation et à la société. Elle joue un rôle primordial dans la découverte, l'interprétation et la compréhension de l'environnement. Elle permet à l'individu de se situer dans celui-ci (repérage temporel et spatial), d'analyser et d'anticiper les situations auxquelles il doit faire face. Elle est indispensable pour comprendre les événements extérieurs, prendre des décisions de façon éclairée. Elle participe à la création de valeur et constitue donc une ressource irremplaçable.

Il est essentiel d'être conscient des facteurs qui influencent sa perception et son comportement et de reconnaître l'importance de l'intégrité de l'information. Pour avoir une valeur, l'information doit être authentifiée. En effet, s'informer ce n'est pas seulement accéder à une information donnée mais c'est en reconnaître la source, la fiabilité et la finalité pour en apprécier l'utilité.

Si l'information est stratégique pour l'individu, elle joue un rôle clé pour les organisations. Quels sont les enjeux de l'information en entreprise ? L'accès à l'information, le contrôle et la maîtrise de l'information, mais aussi l'exigence de qualité, l'authenticité et la pertinence de l'information. L'information peut ainsi se voir attribuer un statut plus ou moins important en fonction de sa source, de sa date mais aussi des qualités qu'elle présente (rareté, précision, confidentialité, impact...).

Tout au long de votre vie professionnelle, vous devrez être capable de trier, traiter, contrôler, restituer, critiquer et analyser des informations. À ce titre, il est impératif de pouvoir identifier que l'information peut provenir de différentes sources formelles ou informelles qu'il faut