

Les ancrages scientifiques du référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil »

Les compétences et contenus inscrits dans les trois blocs de compétences du référentiel du baccalauréat professionnel « Métiers de l'accueil » sont proposés au regard de travaux scientifiques émanant de différents champs universitaires, tels la psychologie cognitive, la didactique professionnelle, l'ergonomie ou le marketing des services.

En effet, c'est à partir d'analyses du travail de l'accueil *in situ* que des chercheurs (Patrick Mayen ¹ et Jean-Michel Boucheix ² notamment) ont pu mettre en évidence ce qui fonde et caractérise l'activité d'accueil. Différents éléments sont ainsi venus nourrir les compétences et objets d'enseignement :

- **Le caractère protéiforme de l'accueil** : dans certains cas, l'activité d'orientation est principale, le diagnostic du problème peu élaboré ; dans d'autres cas, ou selon les périodes, le personnel d'accueil peut avoir à donner des réponses simples, en autonomie, à certaines catégories de problèmes ; parfois encore, les situations peuvent être beaucoup plus complexes et demander un approfondissement certain de la demande.
- **La simultanéité des activités à mener** : le personnel d'accueil est, dans son activité courante, conduit à mener de front différentes activités simultanées : veiller à la file d'attente tout en répondant à une demande, délivrer un badge en cherchant la salle à indiquer, entretenir l'échange avec un visiteur en recherchant de l'information sur Internet, etc. Ces situations emportent souvent avec elles l'usage des outils numériques.
- **La variabilité des contextes et la complexité des situations rencontrées** : les chercheurs relèvent la relative imprévisibilité temporelle des flux, imprévisibilité qualitative concernant la demande, de même que l'imprévisibilité de la charge de travail et de la pression externe exercée sur le personnel d'accueil. D'autre part, ils observent qu'à côté de problèmes simples et routiniers (orienter vers le bon service, donner un imprimé...) sont formulés des problèmes beaucoup plus complexes, nécessitant une discussion longue, un diagnostic, un approfondissement des informations et des réels souhaits de la personne accueillie. Par ailleurs, certains problèmes atypiques requièrent de l'opérateur une recherche plus longue, nécessitant parfois des relais.
- **Le nécessaire travail de coopération** : la nature ainsi que le degré de la coopération et de l'asymétrie dans la relation sont variables selon les demandes : c'est l'interaction collaborative (par le langage, les mimiques, les gestes, les émotions...) qui gouverne la construction de la demande et la réponse à cette demande. Dans l'interaction, l'utilisateur ou le client est particulièrement actif dans la construction du problème, la recherche de solution et l'anticipation des besoins du professionnel, ce qui installe un nécessaire travail de collaboration entre l'utilisateur ou le client et le personnel d'accueil.
- **La prise en compte de facteurs émotionnels** : les situations rencontrées sont parfois porteuses d'émotions de la part de l'utilisateur ou du client (colère, cris...) lors de contextes de files d'attente longue, de problèmes difficilement solubles, etc.
- **L'importance des connaissances techniques, internes et externes, et de la mémoire des agents** : le personnel d'accueil doit non seulement avoir une connaissance parfois poussée de l'environnement de son organisation mais il est également nécessaire qu'il sache transformer ces connaissances du métier afin qu'elles soient utilisables par tout usager en demande. Les connaissances peuvent être multiformes et multiples : les services de l'organisation, leurs habitudes, les acteurs de l'organisation ou partenaires, les usages, les possibles, les limites... D'où le recours à des « mémoires externes » nécessaires pour les retenir : annuaires, répertoires, procédures, cahier de notes, chartes qualité...

Par ailleurs, l'accueil revêt le plus souvent une dimension commerciale, y compris dans les organisations publiques³ qui développent un véritable marketing des services. Les spécificités du marketing des services publics sont évoquées par Jérôme Bon⁴ qui met notamment en évidence la manière dont les organisations publiques peuvent mettre en œuvre une démarche marketing appliquée aux services ; il explicite ainsi comment les institutions intègrent les 3 principales dimensions des services : « leur caractère immatériel, le contact direct entre le prestataire et le client, la participation de l'utilisateur à la production ». La relation client et la relation usager sont devenues des éléments clés, contribuant à une personnalisation grandissante des services rendus au public⁵. C'est dans cette optique qu'a été créé le SGMAP (secrétariat général à la modernisation de l'action publique) dont une des activités consiste à réfléchir à la prise en compte du point de vue de l'utilisateur qui consulte une administration publique. Des démarches innovantes d'approche de l'utilisateur ou de mesure de sa satisfaction sont désormais à l'œuvre et au cœur des préoccupations du SGMAP⁶.

Le référentiel de certification prend acte de cette tendance et tient compte de ces évolutions dans les compétences à acquérir et les savoirs à mobiliser.

Nos sources :

¹ Patrick Mayen « *Quelques repères pour analyser les situations dans lesquelles le travail consiste à agir pour et avec un autre* » - Cahiers du CREN, 4, 2007.

² Jean-Michel Boucheix « *L'activité d'accueil. Orientation courtoise ou activité collaborative de résolution de problème ?* » Sous la direction de Marianne Cerf et Pierre Falzon – « *Situations de service : travailler dans l'interaction* » - PUF 2005

³ Ressources CREG : <http://www.creg.ac-versailles.fr/E-administration-et-marketing>

⁴ http://www.persee.fr/doc/pomap_0758-1726_1989_num_7_4_2919

⁵<http://www.millenaire3.com/interview/2015/modernisation-de-l-action-publique-l-experience-usager-au-coeur-de-la-relation-avec-l-administration>

⁶<http://www.modernisation.gouv.fr/les-services-publics-se-simplifient-et-innovent/par-des-services-numeriques-aux-usagers/la-caf-un-exemple-reussi-de-transformation-de-la-relation-administration-usagers>

L'étude du CEREQ, publiée en avril 2011, intitulée « Au cœur des activités d'accueil - certifications, emplois, savoir-faire, évolutions, prospective » coordonnée par Samira Mahlaoui, a permis de cerner certaines évolutions des métiers de l'accueil...