Association
des Bibliothécaires
de France

Région Lorraine

31/05/2010 - Des bibliothèques pour le jeune public pas comme les autres

« Des bibliothèques pour le jeune public pas comme les autres »
Conférence le 31 mai 2010

10ème Salon Européen du livre de jeunesse de Sarrebruck – 29 mai au 2 juin 2010
http://www.buchmesse-saarbruecken.eu

Les bibliothécaires des associations de bibliothécaires de Lorraine (abf – groupe Lorraine), Luxembourg (ALBAD) et de Sarre (BIB – Land de Sarre) fêteront sur le 10ème Salon Européen du Livre de Jeunesse à Sarrebruck leur 10 ans de coopération interfrontalière.

Le lundi 31 mai est réservé aux professionnels. Nous aimerions donc nous retrouver autour d'un thème pour lequel les trois pays de la Grande Région SaarLorLux ont le même intérêt : les bibliothèques pour adolescents et jeunes adultes.

Le **medien@age de Dresde** et le **Hoeb4U de Hambourg** sont deux bibliothèques pour le jeune public qui se distinguent des autres. Les adolescents et les jeunes adultes les ont pleinement investies et les fréquentent régulièrement.

Katrin Doll, directrice du **medien@age de Dresde** a présenté les conditions préalables à la création de la bibliothèque, le concept et les animations.

Le réseau des bibliothèques de Dresde est constitué de 19 bibliothèques de quartier et 5 à statut spécial : une bibliothèque de musique, un bibliobus, une bibliothèque pour les services sociaux (itinérante, à destination

des personnes âgées), une ebibo (bibliothèque électronique) et le medien@age (neue Jugendbibliotek Dresden, la bibliothèque des jeunes).

Le Medien@age s'étend sur un espace de 540 m². Il est divisé en différents espaces, dont un espace jeux-vidéo, un « manga-lounge » avec décor adolescent (effigie de Lara Croft…), un espace « écoute-visionnement » ou encore des espaces de travail avec PC et scanners.

Historique

En 1979, la création d'une bibliothèque spécifique pour les jeunes est un fait exceptionnel en RDA.

A l'époque celle-ci était de plain-pied au rez-de-chaussée. Son espace était de 800 m² ; elle était constituée de différents espaces comme une salle pour les manifestations, un local pour écouter les disques ou encore un espace café. On pouvait y trouver tous les médias de l'époque disponibles en RDA. En plus des documents habituels, on y prêtait des affiches, des disques, des vinyles et des diapos. Cette bibliothèque s'adressait à la fois aux jeunes et aux enfants. Elle se trouvait dans une rue marchande et s'est de plus en plus développée en bibliothèque de quartier. Le public ciblé était bien les jeunes. Toutefois, grâce à la diversification des médias, de plus en plus d'adultes la fréquentaient.

Après la chute du mur, la fondation Bertelsmann a organisé un concours pour permettre aux bibliothèques de diversifier leur offre. Deux bibliothèques ont été choisies. Dresde fut l'une d'elle. Suite à ce concours, 5 projets furent réalisés. Entre autre, l'un d'eux a été d'affiner le profil de la bibliothèque pour jeunes.

1998 : Située au cœur d'un quartier commerçant, la bibliothèque de Dresde ne peut plus se développer, ne peux pas se moderniser. Il faut trouver de nouveaux locaux. Après la fermeture de l'ancienne en 1999, la nouvelle bibliothèque des jeunes ouvre en mai 2000.

Le quartier où elle s'installe est commerçant et bénéficie d'un bon réseau de transports. Le medien@age se trouve en plein centre-ville, aux 6ème et 7ème étages d'un grand immeuble moderne avec de grandes baies vitrées. Il est bien entouré par des centres commerciaux, cinémas, fast-foods notamment qui attirent le public cible : les jeunes.

Grâce au concours de la fondation Bertelsmann, la bibliothèque a engagé un cabinet d'architectes. Les deux étages sont reliés par des escaliers internes. Les locaux sont très ouverts. L'architecture intérieure est plutôt industrielle, faite d'acier, de béton brut et de verre. La couleur dominante est le gris, relevée par le bleu des chaises et la couleur orange du plafond dont les lampes rappellent un ciel étoilé.

Au 6ème étage, il n'existe pas un rayonnage qui mesure plus de 1,10 mètres. Les rayonnages ont été conçus spécialement pour la bibliothèque. Il y a des tablettes inclinées pour la présentation d'ouvrages de face. Toutes les étagères sont montées sur roues pour pouvoir les bouger quand il y a des manifestations dans la bibliothèque. De plus, cette caractéristique permet de changer de place les collections en fonction des « mises en avant » que l'on veut leur donner. Celles-ci sont aussi conçues pour présenter de face beaucoup d'ouvrages.

L'équipement est très design, les chaises y compris. Cependant, les poufs ont plus de succès. L'architecture intérieure est de style industriel, très épuré, comme les magasins pour jeunes : béton, acier, pas de plantes. Le comptoir est également spécial, en plexiglas ondulé et illuminé… mais les bibliothécaires doivent être debout derrière. Il y a peu de couleurs : le sol est gris brillant, les sièges bleus, le plafond noir avec des lampes

représentant un ciel étoilé. L'installation conséquente a bénéficié de l'aide de sponsors et a permis l'achat d'écrans plats.

En 2000, le medien@age s'est lancé à la recherche de sponsors pour acheter des écrans plats.

Le public ciblé est le suivant : les jeunes de 13 à 25 ans, les élèves, les apprentis entre autres.

Le but du medien@age est de faire une bibliothèque avec un public cible bien défini qui ne soit pas qu'une succursale d'une autre bibliothèque.

Nouveau concept du medien@age:

- Adaptation au public
- Innovation
- Actualité
- Education aux médias
- Communication
- Qualité esthétique
- Coopération

Le but est d'augmenter la fréquentation et d'attirer plus de « clients » parmi le public cible.

Services proposés :

- prêt de livres, CD, DVD, livre-audios, cours de langues, CD-Rom, journaux, jeux (ludothèque)
- wifi
- 3 playstation
- photocopieur, imprimante couleur, scanner
- distributeur de café et d'eau

Nouveaux services proposés, avec une place prépondérante pour les nouveaux médias :

- 12 postes avec Internet dès l'an 2000
- Des postes PC de travail sur lesquels on trouve des logiciels courants, se situent au 7ème étage, à l'écart des postes Internet, mais ils ont également Internet depuis peu.
- Des PC de jeux, possibilité de consulter tous les médias présents dans la bibliothèque.
- Copies possibles des documents présents dans la bibliothèque.
- Formation aux supports numériques, effectué par un service social pour les jeunes qui est partenaire de la bibliothèque.
- Service SMS, les lecteurs qui le souhaitent sont avertis deux jours avant l'échéance de leur prêt.
- Site Internet : créée en 2003, la page Internet regroupe des infos, des conseils de lecture, un accès au catalogue, c'est un site spécifique séparé de celui des autres bibliothèques ; au départ, il y avait possibilité pour l'internaute de choisir la mise en page qui lui plaisait le plus entre quatre différentes, pour des questions budgétaires, cela a été stoppé. D'autre part, depuis peu, sur les site sont présentées des publicités ayant attrait à la culture.
- Newsletter à laquelle les lecteurs peuvent s'inscrire.

L'objectif était de proposer autant de médias imprimés que de non imprimés, pour l'instant la répartition est de 60% de médias imprimés et 40% de non-imprimés.

La présentation du fonds a été organisée selon certains critères et par rapport aux intérêts des jeunes. En collaboration avec la fondation Bertelsmann, les bibliothécaires ont choisit un échantillon de jeunes afin de mieux cerner leurs attentes et de promouvoir une nouvelle présentation et organisation des documents proposés.

Contrairement à la bibliothèque pour jeunes de Hambourg, le medien@age offre des ouvrages pour accompagner les cours scolaires. La littérature pour les cours est organisée par discipline et tous les médias sont mélangés par thème.

Partenariats :

Le Medien@age a cherché des partenaires extérieurs pour intervenir dans ses murs :

L'office de protection de la jeunesse, institution de la ville de Dresde. Ce sont des pédagogues et des travailleurs sociaux qui font de la formation aux services numériques. Prise en charge de classes, avec initiation à la recherche sur catalogue.
Caisse de maladie de Barmer (caisse privée) qui organise des cours pour aider à la recherche d'emploi.
Le Mediencollège, école privée pour les médias et le graphisme qui a conçu le manga-lounge.

Nouvelles stratégies marketing, pour mieux faire connaître la bibliothèque :

- Cartes postales, flyers
- Chevalets d'affichage
- Publicité dans les tramways
- Poster géant sur la façade
- Porte-bannière pour les salons
- Brochure illustrée
- Site internet et newsletter

La bibliothèque a un avatar qui ressemble à un personnage de manga. Aujourd'hui grâce à cette mascotte, le medien@age est identifié par le public.

Manifestations :

Le medien@age organise beaucoup d'événements pour les jeunes. Notamment autour de sujets qui les touchent de près comme les maladies ou la grossesse.

Il organise également des lectures, des rencontres d'auteurs. Il participe activement aux projets de manifestations organisées par la ville de Dresde, aux différents salons, Nuit de la lecture, etc. Enfin, ils organisent des book-slam, les livres sont présentés de manière concise avant de laisser la discussion se développer (speed-booking…).

En interne :

7 employés dont un seul temps plein.

Horaires : du lundi au vendredi de 12h à 20h et le samedi de 12h à 20h.

Fréquentation : difficilement évaluable, 500 nouveaux inscrits par an ; entre 500 et 600 visiteurs par jour.

Adhésion : devaient être gratuite mais pour des raisons budgétaires, ce n’est pas possible : 12 euros par an.

Amendes : proportionnelles à l’âge, par exemple sur les DVD, 1,50 euros par jour de retard.

Réservation : payantes : 1 euro par ouvrage.

Budget de 39000 euros pour les acquisitions.

Les bibliothécaires se partagent les acquisitions, passent les commandes. Ils les font à partir d’un catalogue d’une centrale d’achat pour bibliothèques et vont aussi régulièrement en librairie ou dans les magasins spécialisés. Les documents sont traités par la centrale qui les envoie prêts à mettre en rayon dans les bibliothèques.

Le personnel est essentiellement tourné vers le service public, le renseignement et l’aide à l’usager et les manifestations.

La bibliothèque des jeunes de Hambourg : le Hoeb4U

Ouverte en 2005. Cette bibliothèque a plus ou moins le même profil que celle de Dresde. Son public cible est constitué par les 14 - 24 ans. La bibliothèque pour ados d’Hambourg ne contient que de la littérature de divertissement dans le but d’attirer les jeunes, sans stress, juste pour le plaisir.

12000 documents à Hambourg / 30000 documents à Dresde.

La bibliothèque se trouve dans un quartier dynamique et très fréquenté. Le concept architectural est semblable à celui de Dresde : un style très épuré.

Il y a une scène dans l’enceinte de la médiathèque.

Elle fonctionne comme une entreprise : le personnel est composé de jeunes apprentis encadrés par les bibliothécaires. Il y règne une atmosphère très jeune. Le but étant bien sûr de se rapprocher du public cible. Les employés portent un uniforme, un tee-shirt noir avec le logo de la bibliothèque. La bibliothèque est située dans une ancienne usine (aménagement semblable à Dresde), dans un des quartiers les plus dynamiques d’Hambourg au milieu des cinémas, etc.

A Dresde, un projet similaire a vu le jour : des jeunes apprentis prennent la direction de la bibliothèque pendant 4 semaines dans l’année.

Contrairement à Dresde, le fonds ne contient que de la littérature et des documents pour le divertissement, rien de scolaire ou de para-scolaire. Les fonds documentaires sont orientés vers les loisirs. En 2004, la médiathèque possédait 6500 documents, aujourd'hui, elle en possède 12000 (30000 à Dresde).

Dès le départ, cet établissement a misé sur les consoles de jeux. Il collabore avec des éditeurs et des producteurs locaux de jeux vidéos et testent les nouveautés. Le medien@age fut plus réticent mais a suivit de le mouvement.

On expérimente beaucoup à Hambourg et on est moins frileux qu'à Dresde. On se rattache à toutes les nouvelles tendances :

- Festival du film réalisé à partir de téléphones portables.
- Musique
- Mangas
- Consoles de jeux
- Boutique en ligne pour le marketing de la bibliothèque
- Réseau Facebook

Le design « Up for you » se retrouve dans toutes les bibliothèques d'Hambourg.

Le concept industriel était prisé en 2000, mais aujourd'hui on a besoin d'un accueil plus chaleureux…

La médiathèque possède une page Internet très attractive, une boutique en ligne pour vendre les objets marketing de l'établissement. Elle est présente sur les réseaux sociaux comme Facebook, ou encore Twitter.

On peut dire que le Hoeb4U se rattache à chaque nouvelle tendance et est très réactif à toutes les nouveautés.

Cette bibliothèque de jeunes a tant de succès que toutes les bibliothèques de Hambourg ont adopté le même design, le même logo.

Hélène Hebenstreit et Nathalie Claude

Pour de plus amples informations sur la conférence :

Le medien@age de Dresde - une bibliothèque pour le XXIe siècle
http://www.goethe.de/wis/bib/dos/bip/sac/fr139876.htm

Medien@age Dresden (Hompepage)
http://www.medienetage-dresden.de/

Hoeb4U – La bibliothèque de loisirs pour les jeunes
http://www.goethe.de/wis/bib/dos/bip/ham/fr3912314.htm

Hoeb4U Hamburg (Homepage)
http://www.buecherhallen.de/aw/~fbw/hoebu/