



Congrès ABF Paris juin 2014

Innovations et nouveaux profils (1) (P2)
Jeudi 19 juin à 16h30

Par Marie-Paule Doncque, médiathèque de Metz,
responsable de la commission Communication à
l'ABF

Quelle est votre formation ?

Super classique au départ : je suis une ancienne de la profession (Bac scientifique + CAFB Lecture publique + CFAB littérature de jeunesse + Maîtrise de Lettres modernes + deug culture et communication + formations chef de projets culturels et nouvel équipement, etc.).

Quelle particularité dans votre profil ou votre cursus ?

J'ai une formation transdisciplinaire

Qu'est ce qui a intéressé votre employeur dans votre expérience ou profil particulier ?

Ma double « culture », bib et com ainsi qu'une connaissance fine du tissu local. J'avais déjà constitué un réseau de relations.

Embauché pour quoi faire ?

J'étais déjà en poste depuis lurette sur d'autres activités : responsable des collections régionales, management d'équipe, ...

A l'arrivée d'un nouveau directeur (2007) les services ont été réorganisés totalement pour répondre aux besoins des usagers et non plus se concentrer uniquement sur la constitution de collections. L'impulsion nécessaire de nouvelles stratégies - dont l'écriture d'un projet d'établissement avec dépôt de marque à l'INPI et la création de l'avatar Miss Média - a pris appui sur les outils de communication peu utilisés alors par les bibliothèques, les réseaux sociaux notamment.

Quelle est votre fiche de poste ?

Poste de catégorie A (résumé)

Responsable Communication

- Production de contenus et médiation numérique du site des BMM
- Coordination et animation de l'ensemble des réseaux sociaux
- Gestion du blog de Miss Média
- Edition de la revue annuelle, consacrée aux patrimoines des BMM
- Edition des programmes de l'action culturelle
- Management d'une équipe (webmestre, infographiste, animateur numérique)
- Relations avec les élus et services municipaux => lobbying.

Responsable de la programmation culturelle

- Ecriture du programme annuel

- Coordination des porteurs de projets et conduites de projets personnels
- Montage de partenariats publics-privés.
- Montage d'expositions, d'opérations Hors les murs
- Etc.

Du point de vue du public : êtes-vous perçu comme une bibliothécaire (ou pas? Ou on s'en fiche ?) dans les activités spécifiques que vous proposez ?

Selon les types de public, la perception n'est pas la même. Si j'assiste à des vernissages, par exemple, je suis clairement identifiée comme la responsable com. En poste de service aux publics, je suis simplement considérée comme un agent traditionnel. Nous sommes identifiés par des badges avec un logo simple.

Quelles est la proportion entre votre "spécialité" et les tâches/missions communes à tous les agents de la bibliothèque ?

5% de mon activité correspond à des activités de services directs aux publics : renseignements, accueil des nouveaux inscrits.

Comment cela se passe-t-il de votre point de vue? Quelle intégration ?

Ce fut assez complexe compte tenu du contexte totalement innovant avec la création de l'avatar et que certains de nos canaux de communication passent uniquement par ce biais. Les plus immédiatement convaincus furent celles et ceux qui, par leur pratique personnelle déjà, maîtrisaient les outils numériques.

Est-ce facile de travailler avec des bibliothécaires pur sucre ?

Je ne sais pas s'il existe des bibliothécaires « pur sucre » étant donné la variété des cursus et des profils qui « peuplent » les bibliothèques. Mais certains – indépendamment de leur âge – n'ont pas forcément compris à quel point la métamorphose du métier est engagée. Nos missions ont été fortement imprégnées par l'émergence du numérique, dans l'univers concurrentiel du web, il est important de se démarquer – de faire différent – tout en imposant sa « marque ».

Quelles sont les incompréhensions s'il y en a ?

Moins maintenant, mais au début de la nouvelle « ère », la communication apparaissait tel un outil venant en fin de processus alors qu'il s'agissait de procéder à l'inverse. En bref, les bibliothécaires imaginaient une action, l'organisaient puis demandaient à ce qu'on leur crée une 'affiche'. Désormais, dès l'amont la communication est intégrée à la réflexion commune.

Comment vous positionnez-vous ?

Je fais partie de l'Equipe de Direction. De plus tout communicant, à mon sens et en expérience, a du tempérament mais surtout du leadership.

Côté mobilité, pensez-vous pouvoir bouger facilement ? Sur un poste de bibliothécaire ou sur un profil autre ?

Oui. J'ai été sur une double mission, sur 2 ans, en tant que chef de projet d'un nouvel établissement.

Votre profil spécifique va t'il se diluer dans la bibliothèque ou au contraire allez-vous continuer sur votre "spécialité" ?

La communication évolue toujours selon son environnement. Au bout de 6 ans, j'ai quelques collègues sous mon autorité hiérarchique, nous allons fonctionner de plus en plus sous la forme d'une « agence ».

L'ensemble des collègues est convié à participer aux blogs et à l'impulsion de projets numériques, encore balbutiants : le nouveau site des BMM a été mis en ligne le 9 janvier 2014 et évoluera pendant quelques mois encore.

En quoi votre apport fait il évoluer la bibliothèque ?

Ce n'est pas tant mon apport personnel que la refondation totale en structure et en fonctionnement des BMM qui a transfiguré et interagit sur l'ensemble de nos activités bibliothéconomiques, éditoriales, numériques et des services directs aux publics. L'innovation c'était la création de Miss Média... et une approche globale et interdépendante.

En quoi vous aussi avez-vous évolué dans votre rapport au travail, à la bibliothèque, au public ?

Je pense naturellement autant à la nature du « message » qu'à sa transposition en fonction des publics de destination, et des canaux de communication utilisés.

La bibliothèque est toujours susceptible de fidéliser et de conquérir de nouveaux publics mais je ne tiens jamais pour acquis un résultat. J'ai adopté le principe de la « marche en avant ».