

Le congrès de l'ABF du 23 au 25 Juin 2011



Si les temps sont moroses concernant la fréquentation et les budgets des bibliothèques, les bibliothécaires ne nous en sont apparus que plus ingénieux et inventifs pour mettre en avant leurs valeurs et leurs activités, en maniant avec de plus en plus de brio les tenants et les aboutissants de la communication.

La communication donc comme thème central et transversal de ce 57^{ème} congrès. Une communication utile, indispensable et nécessaire à l'heure actuelle auprès des tutelles, mais une communication surtout et avant tout au service de messages forts sous des formes subtiles, dont l'humour, et parfois même l'autodérision, ont été des exemples efficaces pour faire connaître et reconnaître la profession.

Le congrès de l'ABF, c'est aussi l'occasion de réunir différents horizons : élus des collectivités territoriales, bibliothécaires de pays divers, chargés de communication, représentants des ministères chargés de la Culture... afin d'échanger leurs points de vue et leurs pratiques, une pause salubre pour prendre le temps de la réflexion vis-à-vis des pratiques quotidiennes.

Mais voyons un peu plus en détail ...

-Jeudi 23/06/2011 :

***Session 1 communiquer : pourquoi et sur quoi ? Animée par Dominique Lahary, vice-président de l'ABF :**

1- Bibliothèque et école :

Historiquement, la lecture publique désigne la lecture orale, ce qui suppose un échange social. C'est une dimension qu'il ne faut pas négliger parce qu'elle favorise la mixité sociale.

Un regret en France : il n'existe pas de plan de lecture concerté. Par contre des actions de promotion de la lecture en partenariat avec l'école sont mises en place, ce qui permet de traduire les axes généraux définis dans les missions en actes précis pour les élus.

Quelques exemples :

-Coup de pouce à la lecture :

Accueil des CP après l'école. Activité lecture avec des animateurs.

-Projet réussite éducative :

Dispositif où l'on suit un enfant pendant toute l'école primaire. Il s'agit d'un parcours individuel de lecture.

-Cuisine et contes du monde :

Ateliers sociaux linguistiques pour lutter contre l'exclusion par la langue.

-Opération révision du bac :

Avec la participation d'enseignants volontaires et d'un relaxologue (!) au sein de la bibliothèque.

2-BFM de Limoges :

Une campagne de communication a été menée à l'occasion des 10 ans de la médiathèque de Limoges. Elle comprenait 3 axes :

-Communication visuelle :

Appel à un plasticien pour habiller le bâtiment lors de la célébration. Utilisation de lumières plus ou moins vives pour rappeler que la bibliothèque n'est pas seulement un bâtiment mais un organisme vivant.

-Communication via les réseaux sociaux :

Bibliothèque très présente sur You tube, Daily motion, Twitter, Facebook. Utilise les podcasts, donne la parole aux lecteurs.

Cf : hommage d'un bibliothécaire à Michael Jackson.

<http://youtu.be/y5b-LZZMoI8>

Communication plus moderne que les simples et traditionnels affiches et guide du lecteur.

Cf : Concours Biblioclip 2010 organisé par les bibliothèques publiques de Montréal.

-Utilisation de slogans :

« Liberté, gratuité, fraternité » pour rappeler que la bibliothèque sert les idéaux républicains.

Appel à un infographiste pour réaliser des affiches placées hors les murs de la bibliothèque.

La bibliothèque est en général mal dotée en outils et en compétences pour décliner une campagne de publicité et ne doit pas hésiter à faire appel aux personnes qui ont un savoir faire.

Ex : panneaux électroniques municipaux, télévision locale, interviews.

Les critères pour définir l'efficacité d'une campagne de communication sont difficiles à définir (augmentation des emprunts, hausse de la fréquentation...)

Généralement, le retour positif des usagers est significatif.

***Atelier 2 : Communiquer avec son public en temps de crise : Sergio Dogliani directeur général des Idea stores et Mick fortune membre de Voices for library**

Le paysage britannique est alarmant : problèmes de financement, désaffection du public, contexte politique peu favorable.



1-Un modèle innovant : les Idea Store

Créés en 1998 à Londres, avec comme problématique en arrière plan, la réalisation d'un lieu qui réunisse des populations très diverses. Richesse et pauvreté se côtoient dans un même quartier, et les origines ethniques sont très diverses. C'était un défi à relever car 82 % de la population n'utilisait pas les bibliothèques obsolètes précédentes.

Première étape : sonder le public. Les gens interrogés ont été payés de façon modique pour les remercier d'avoir pris le temps de répondre aux questions.

La stratégie menée repose essentiellement sur le fait de repenser les services pour afficher une nouvelle identité.

Un Idea magazine a été publié avant le commencement des travaux pour susciter de l'attente chez le public.

Autre innovation : dans les Idea stores, les livres sont présentés de face, comme dans les librairies.

Le personnel est très polyvalent, 90 % du temps de travail est consacré à l'accueil du public, et les horaires d'ouverture sont très amples. Les personnels sont recrutés non parmi les bibliothécaires de profession, mais parmi les libraires, et au niveau local afin que les usagers puissent s'identifier à eux.

Les achats de livres se font en centrale pour réaliser des économies d'échelles, le catalogage est externalisé et la RFID est largement utilisée.

Néanmoins, le résultat est le suivant : hausse de 350 % des visites, de 20 % pour les emprunts de livres.

Ce qui a fini de convaincre les politiques, c'est qu'avec la hausse de la fréquentation, le coût investi dans les bâtiments par habitant a baissé de 65 %.

Le concept est soutenu par le ministre de la culture anglais, Ed Vaissey.

2-Le mouvement Voices for Library :

Campagne de défense des bibliothèques publiques britanniques.

Le déclin de fréquentation des bibliothèques depuis ces 10 dernières années et le contexte économique peu favorable expliquent que le gouvernement britannique envisage de fermer 416 bibliothèques à très court terme. (Une carte des fermetures est disponible sur le net)

Cf : Le Projet Big society de David Cameron prévoit de faire travailler essentiellement des bénévoles dans les bibliothèques. Les arguments sont les suivants : il n'y a plus besoin d'investir dans la création de bibliothèques puisque tout est disponible sur Google et Amazon.

Ce qui est méconnaître le fonds des bibliothèques puisque plus de 50 % des collections ne sont plus disponibles dans le commerce.

Le CILIP (chartered institute of library and information professionals) , équivalent de l'ABF en Angleterre , est entré en campagne pour faire prendre conscience aux citoyens de l'importance des services offerts par les bibliothèques dans une société démocratique. Le mouvement Voices for Library est né en septembre 2010 sur Twitter et se propage via Facebook. Des personnalités ont rejoint le mouvement. La campagne a eu d'autant plus d'impact qu'elle a aussi été diffusée sur Flickr où les images sont très parlantes. Voices of library exprime uniquement des revendications collectives. L'utilisation des wikis et des blogs renforce le dispositif.

Nous vous invitons à soutenir activement nos confrères.

-Vendredi 24/06/2011 :

***Session Adapter sa communication aux publics visés :**

1- Céline Ancel, chargée de communication en Seine-St-Denis :

Originalité : le lecteur peut ramener ses ouvrages dans n'importe quelle bibliothèque du réseau.

Définition des publics cibles avant toute action (usagers, non usagers, publics spécifiques)

50 % des usagers ont – de 15 ans. On cherche à attirer le public adulte.

150 nationalités présentes sur le territoire. D'où un fonds très riche en langues étrangères.

Unité dans la communication. Ex : la décoration des sacs est la même que celle du bibliobus.

Tracts dans les boîtes aux lettres, diffusion de courts métrages présentant la bibliothèque dans les cinémas du quartier.

Un slogan « Te casse pas la tête, va à la médiathèque » décliné sur plusieurs affiches qui démontrent que la bibliothèque est une solution à des problèmes du quotidien (recettes de cuisine, aide aux devoirs...)

Contacts avec les comités d'entreprise pour attirer les salariés, affiches dans le métro et le RER.

2- Matthieu Rietzler, secrétaire général de l'opéra de Lille :



Pour promouvoir son établissement, il n'hésite pas à surprendre : vente des billets dans une caravane en plein milieu du centre ville.

Il fait même remarquer que l'Opéra de Lyon propose des partenariats avec l'OL, le club de football.

Des pistes pour susciter votre imagination...Et pourquoi pas un partenariat jaune et bleu ?

3- Le Furet du Nord :



Créé en 1936, c'est la plus grande librairie de France. Elle est située sur la grande place de Lille et nous n'avons pu résister à l'envie de visiter ses 6 étages de rayons fournis. Mais laissons de côté notre gourmandise culturelle et revenons à notre sujet.

C'est également un réseau de 12 magasins et un CA de 70 millions d'euros.

Vous pouvez trouver le téléchargement des notices d'ouvrages en format unimarc dans l'espace professionnel.

4-La BNF :

Présentation par Hélène Jacobsen des nouveautés sur Gallica.

Depuis janvier 2011, la BNF propose un nouveau service : les nouveautés éditeurs. Via le dépôt légal qui reçoit 70 000 documents chaque année, la BNF sert de vitrine aux 7000 éditeurs vivants de France : elle annonce les ouvrages à paraître 3 mois à l'avance et les laisse 6 mois en ligne.

La mise à jour est quotidienne et on trouve actuellement environ 5000 annonces.

On trouve en plus de l'autoédition et des petits éditeurs qui ne sont pas sur Electre.

La recherche peut s'effectuer par nom d'auteur, d'éditeur, mots clés et date de parution.

Le service s'améliorera en septembre avec la photographie de la couverture en couleur et la 4^{ème} de couverture disponible.

La BNF fête cette année les 200 ans de la bibliographie nationale de France.

***Atelier 4 : Promouvoir les bibliothèques et la lecture :**

1-Annick Guinery : responsable des questions internationales à l'ABF, membre de l'IFLA (international federation for Library associations)

Une campagne nationale de promotion des bibliothèques est à l'étude avec Mr Nicolas Georges du ministère de la Culture (Service Livre et Lecture) en France pour 2012.

Fait savoir qu'une campagne mondiale de promotion des bibliothèques réalisée par l'IFLA existe depuis 2001.

Exemples de slogans utilisés :

Lettonie : « Ajouter une plus value dans votre vie »

Afrique du sud « Read and grow »

Associations étrangères :

SKIP : association des bibliothécaires tchèques (site en Français)

ALA : American library association (USA)

FOBID netherlands library forum (Pays bas) www.fobid.nl

SBF : Svensk Biblioteks Förening : association des bibliothécaires suédois. 3700 adhérents

Biblioteksbladet est la revue de l'Association des bibliothécaires suédois (= BBF)

2-Marian Koren : exemple de la Suède : Campagne « Library lovers »

Cf Blog de Lionel Dujol (Médiathèque de la Drôme) La bibliothèque approuvée 27 juin 2008



Le mouvement est apparu en 2009 en Suède et porté à la connaissance de l'IFLA en 2010.

Mouvement qui s'est inspiré de la France avec son « Je lis la princesse de Clèves ». La Suède diffuse gratuitement des badges rose bonbon avec « Library lovers » dessus, des bracelets « Je suis quelqu'un qui serre les livres dans ses bras ». Les usagers se les sont très vite appropriés. Le but était de faire entrer une réflexion sur les bibliothèques dans l'agenda des politiques suédois lors des législatives de 2010 car il n'existe pas de concertation nationale.

L'association des écrivains de Suède s'est jointe à la manifestation.

91% des suédois considèrent les bibliothèques comme indispensables.

A savoir :

Le dispositif Grundtvig vise à favoriser la formation continue des adultes. Dans ce cadre, les bibliothèques peuvent obtenir des subventions de l'Union européenne. Il faut pour cela monter un projet avec 2 autres pays partenaires.

***Session 5 : Image et représentation**

Intervenant : Dominique Lahary

Définition : selon Durkheim, la représentation est un fait social.

La bibliothèque est à la fois un lieu, un stock de collections, un flux d'informations et des services.

Les problèmes de terminologie entraînent parfois des représentations fausses.

Images liées aux bibliothèques : poussière, rat, labyrinthe...

Il existe un décalage entre la vision que les professionnels ont de leur établissement et celle des élus, des journalistes ou des usagers.

Ex n°1 : Le théâtre mieux reconnu que les bibliothèques. Pourquoi ?

Dans le monde du spectacle, 10 % du budget est consacré à la communication.

C'est ce qui fait la différence entre un théâtre et une bibliothèque qui sont pourtant tous les deux des services culturels. De plus, le théâtre est le lieu de visibilité des actions politiques. Il est donc plus familier aux élus locaux. Les élus sont souvent des non usagers des bibliothèques.

Ex n° 2 : Importance de la représentation dans les projets architecturaux. Une construction relève du symbolique. On aborde toujours un projet nouveau avec des représentations anciennes.

Ex n°3 : Divergence de point de vue. Le bibliothécaire s'intéresse au réseau mondial, l' élu au réseau local.

Illustration humoristique des propos : image où les enfants cherchent l'interrupteur d'un livre, vidéos « têtes à claques » sur You tube présentant un usager voulant consulter des ouvrages érotiques confronté à une bibliothécaire.

<http://www.youtube.com/watch?v=47xSdD5vTCw>

Un sketch sur la déculturation et un défilé de mode réalisés par nos collègues Lillois soulignent tous les clichés.

-Samedi 25 Juin 2011 :

*** Session 6 : Médiation numérique et communication :**

Intervention n° 1 :

Silvère Mercier : Bibliothécaire à la BPI, auteur du blog Bibliobsession et membre du groupe « bibliothécaires hybrides » à l'ABF.



Il rappelle que le but de l'utilisation des nouveaux médias est de créer une valeur ajoutée, pas seulement de reproduire les informations diffusées par les médias classiques.

Cf : Zemor P. La communication institutionnelle Que sais-je ? 2008

Il s'agit de promouvoir l'image et les services des institutions. Les médias sociaux remettent en question cette communication.

La médiation numérique nécessite une réflexion préalable parce qu'on s'inscrit dans une démarche de projet. Il faut définir le sujet de la communication, comment, qui communique et pourquoi avant d'utiliser les outils.

4 identités numériques sont possibles :

- identité institutionnelle
- identité de service
- identité thématique
- identité de personnes ressources.

On peut utiliser des identités mixtes.

La notion de confiance est primordiale.

Cf : SOS devoirs à la bibliothèque de Montréal.

Médiamus : blog des bibliothécaires musicaux de la médiathèque de Dole.

Apparition de nouveaux métiers :

Geemiks : animatrice de communauté. Contraction de « Geek » (féru de nouvelles technologies) et de « Gimmick » (terme de jazz : les 5 premières notes qui donnent le ton). Ce sont les documentalistes qui animent des communautés de disciplines, donnent les tendances du web, de la blogosphère et de la presse.

Elles testent de nouveaux outils, forment les membres de leur communauté respective.

Elles imaginent les usages du web 2.0 pour le manager.

Enfin, les Geemiks imaginent un futur lieu qui sera le reflet d'un nouveau mode de travail collaboratif, interactif, de contribution et d'échanges.

Evolution de Bibliosésame : accessible sur Facebook. Alimenté par des bibliothécaires localisés dans plusieurs établissements différents en France. Les internautes peuvent enrichir les réponses.

Intervention n°2 :

Marie Paule Doncque, Bibliothèque de Metz.

Création de l'avatar Miss Média en 2009 par un dessinateur, Alain Faber, en collaboration avec Mme Doncque.

Il s'agissait de reconquérir les usagers qui ne consultaient plus un site obsolète.

Déclinaison de cet avatar sur les marques pages, sur les badges du personnel, ce qui permet d'être visible sans donner son identité réelle, sur la signalétique, sur Facebook, ce qui rend le personnage familier.



Intervention 3 : Les recommandations de lecture

Alexandre Lemaire, membre du ministère de la culture Belge.

RLS : réseaux littéraires sociaux.

Librarything

Goodreads

Gurulib

Babelio

Libfly

Un travail en partenariat entre les bibliothèques et ces réseaux de recommandations est envisageable. Les contributions des utilisateurs de Babelio peuvent enrichir les Opac.

Cf Babelthèque

Ex d'une collaboration avec la bibliothèque de Toulouse.

Cf :Site Culture wok : recherche d'ouvrages en fonction de nos envies (roman sombre, avec de l'amour, de l'aventure...)

Et pour ne pas oublier que la médiathèque est aussi un lieu de loisirs...

Intervention 4 :Jeux vidéos musicaux en médiathèques

Elle permet de faire redécouvrir des artistes, d'organiser des expérience de jeux ou de danse .

Ex : Guitar Hero, DJ Hero

La bibliothèque d'Epinal organise des soirées Wii.
Mais là, certaines collègues ne sont pas encore tout à fait à l'aise... Une formation professionnelle « playstation 3 » s'impose !!



Conclusion

Un bilan donc très positif, avec un seul petit regret : que nos collègues des bibliothèques universitaires n'aient pas été plus présents.

Nous vous invitons à prendre le temps de regarder les sites internet cités pour aller un peu plus loin dans la découverte de nouvelles informations professionnelles.

Nous tenons à remercier chaleureusement la ville de Lille pour son accueil chaleureux et l'Association des Bibliothécaires Français pour la qualité de l'organisation et des interventions.

Karine Dehon, adhérente de l'ABF Auvergne