

La communication numérique

dans le réseau des
Bibliothèques de Tours

Quelques infos
complémentaires sur les
réseaux sociaux

Adeline LOURY
2 octobre 2025 - Journée d'étude ABF Centre



Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux possibles en bibliothèque :



YouTube : vidéos
long format



Instagram : photos,
vidéos, story



Tik Tok : vidéos



Facebook : photos,
vidéos, story
*si le compte Facebook et Insta
sont liés : duplique directement
le contenu d'Insta sur Facebook*

Meta Business suite

Facebook et Instagram appartiennent à Meta, c'est pourquoi nous pouvons rattacher les 2 comptes professionnels

En tant que compte professionnel, vous accédez à **Meta Business Suite** où vous retrouvez le back office des comptes Facebook et Instagram où vous pouvez notamment programmer des publications

Agenda

Programmez votre calendrier marketing en créant, programmant et gérant votre contenu.

 [Créer une publicité](#)

 [Créer une publication](#)



Semaine Mois < Aujourd'hui >

septembre 2025

Type de contenu : tout ▾ Partagé sur : tous ▾

Dim 21

Lun 22

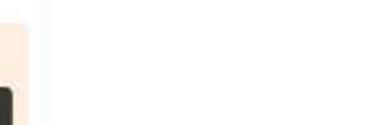
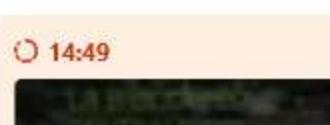
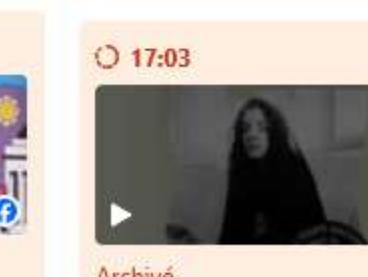
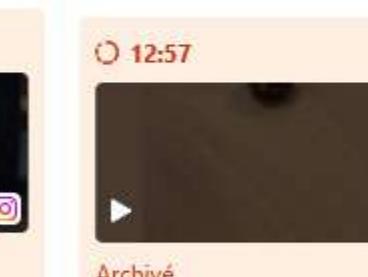
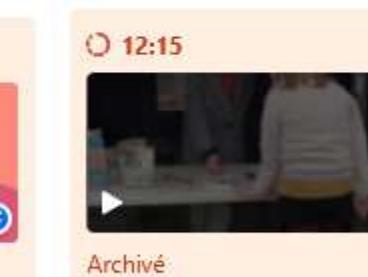
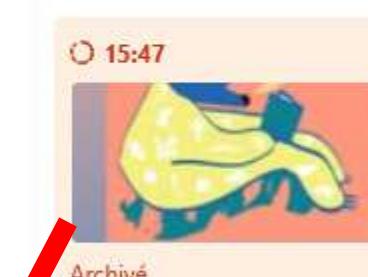
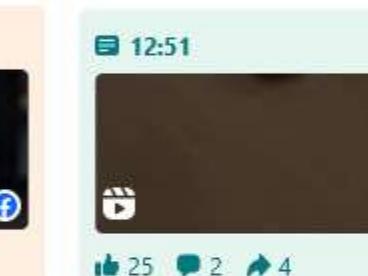
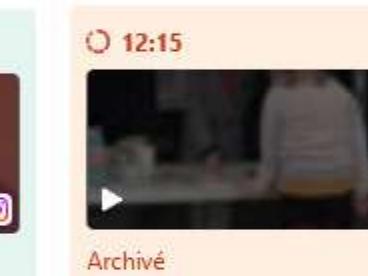
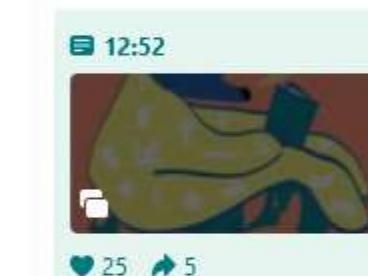
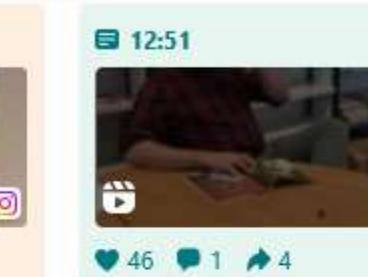
Mar 23

Mer 24

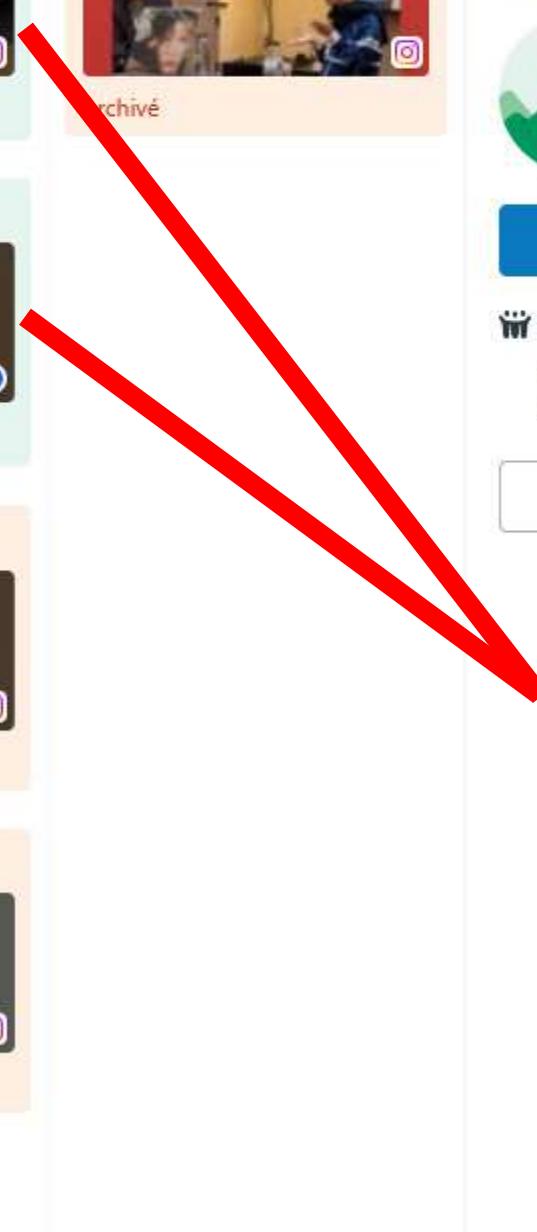
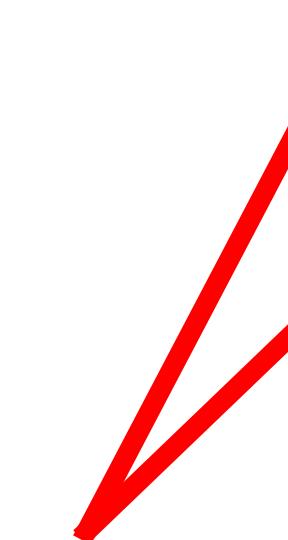
Jeu 25

Ven 26

Sam 27



En orange : story dupliquée sur Insta et Facebook



En vert : post dupliqué sur Insta et Facebook

 **Objectifs**
Définissez un objectif, suivez la progression et découvrez des conseils utiles pour votre réussite professionnelle.

Démarrer un nouvel objectif

 Commencez à partager du contenu plus régulièrement pour maintenir le lien avec votre audience.

Créer une publication

Programmer une publication :

Créer une publication

Partagez des photos et vidéos. Les publications Instagram ne peuvent pas dépasser 10 photos.

Ajouter une photo/vidéo

Détails de la publication

Personnaliser la publication pour Facebook et Instagram

Texte

Options de programmation

Définir la date et l'heure

Programmez votre publication au moment où votre audience est la plus active, ou sélectionnez manuellement une date et une heure.

Facebook

3 octobre 2025 20:00

Instagram

3 octobre 2025 20:00

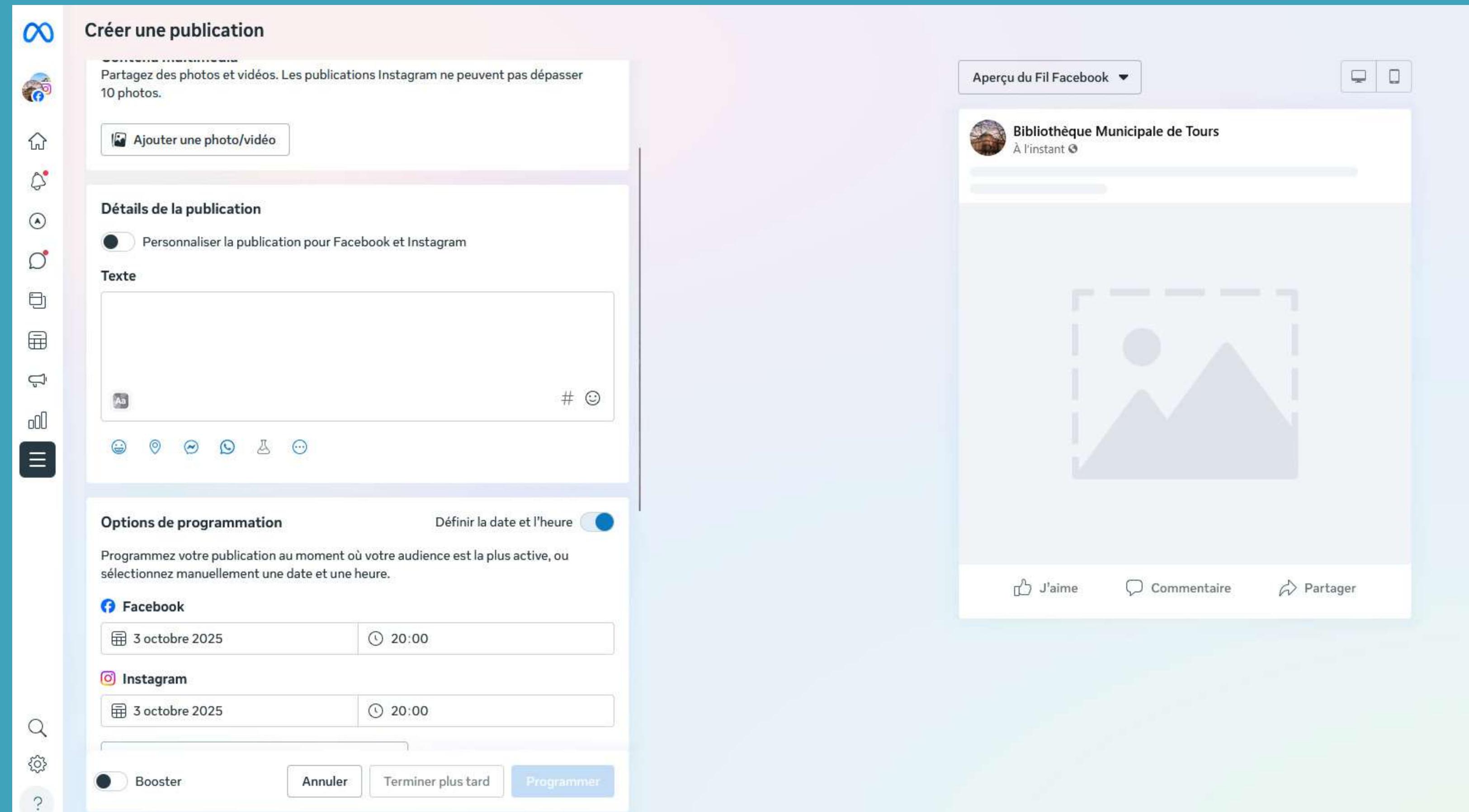
Booster

Annuler Terminer plus tard Programmer

Aperçu du Fil Facebook ▾

Bibliothèque Municipale de Tours
À l'instant

J'aime Commentaire Partager



Estimation temps

Il m'est difficile d'estimer le temps que j'y passe par semaine car :

- **Ce n'est pas une mission prioritaire**
la priorité est d'abord mise sur mes missions actions culturelles, missions collections adultes et service public. J'intègre le temps "réseaux sociaux" en fonction de mes dispos
- **Nombre de publications totalement inégal chaque semaine**
Il y aura même des semaines où je ne vais pas publier mais le compte sera alimenté par l'apprentie en communication pour les publications relatives à l'action culturelle réseau

Estimation temps

Il m'est difficile d'estimer le temps que j'y passe par semaine car :

- **Temps de préparation ≠ Moment de publication**

Ce n'est généralement pas au moment où je prends la photo ou filme quelques rushes, que le post se fait dans la foulée

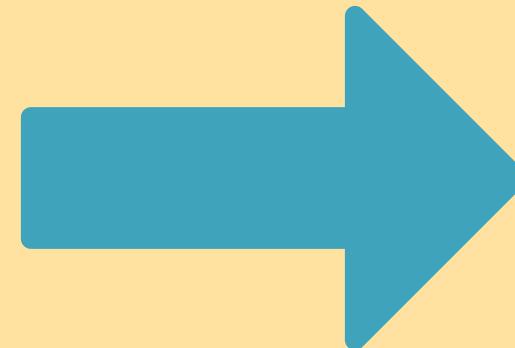
Par exemple : dans le cadre d'une rencontre autour de la mode, j'ai réalisé une scénographie dans l'espace adulte pour valoriser la sélection autour de la mode et communiquer sur l'événement (affiche), je prends à ce moment-là quelques vidéos (rushs) et le montage vidéo se fait 1 ou 2 semaines après.

Estimation temps

Le moment de publication va dépendre :

- **de la validation de la responsable Communication**
je préviens la responsable com qu'il y a tel post de prévu ou souhaité par un-e collègue
J'attends sa validation et parfois elle va aussi orienter sur le jour de publication
- **du calendrier de publication (Meta Business suite)**
je regarde le calendrier de publication pour voir ce que l'apprentie com a prévu comme posts Action culturelle dans la semaine

Par contre
je peux vous donner
un ordre d'estimation du temps
par type de publication



De la préparation à la publication

- **Photo simple (format unique ou carrousel)** avec légende, hashtags, mention ou demande de collab, lieu et musique : 15-20 min
Le temps va varier en fonction de si c'est une mise en scène, s'il y a des décos à disposer, etc. pour la prise de photo
- **Photo avec éléments graphiques** (passage sur l'ordinateur) : 30-45 min
- **Vidéo (type unboxing)** : 30-45 min
- **Vidéo avec sous-titres** : compter 1h30 minimum (dépend ensuite de la longueur de la vidéo et des sous-titres requis)

- **Story** avec photo, texte, gif, lieu, mention : 5 à 10 min
- **Série de story** avec photo ou vidéo unique, avec texte et intégrant un repartage de publication (exemple les 6 slides désherbage été/vente) : environ 30 à 45 min
- **Simple repartage de story** (personnes qui nous ont mentionné en story) : 1 min

Création de contenus

- **Capter l'attention**
dans une vidéo tout se joue dans les 3 à 5 premières secondes
- **Choisir un format**
le faire plusieurs fois, le maîtriser, le développer
- **Raconter une histoire**
- Si possible **avoir sa propre signature**
style propre à la bibliothèque, format choisi, etc.

Ne pas oublier

Pour débuter sur un compte Facebook ou Instagram, ne pas hésiter à **interroger le service communication de sa collectivité** :

- demander s'il y a des **contraintes particulières** comme une charte graphique.
Même s'il y a une charte graphique, ce n'est pas bloquant, cela peut même aider car cela donne un cadre. La créativité est toujours possible.
- demander s'il y a une **banque d'images à disposition** de leur côté où vous pouvez piocher pour alimenter votre compte (photos attractives du territoire, de la bibliothèque, etc.)

Ne pas oublier

- **droit à l'image** : s'il y a des personnes visibles sur les photos ou vidéos, soit les flouter ou les prendre de dos, soit demander leur accord écrit avant de publier (si mineur, accord des parents)
- **communication numérique = vitrine** :
c'est surtout un moyen de valoriser l'image et le dynamisme de la structure, également en tant que service de la collectivité. Vous allez toucher des personnes qui ne viennent pas à la bibliothèque et c'est ok. Côté engagement, par exemple pour faire venir aux événements, il ne faut pas tout attendre des réseaux sociaux, la communication passe par d'autres canaux.

Ne pas oublier

- **tous les canaux de communication sont bons** : programme papier, revue municipale, affiches, site internet, réseaux sociaux, bouche à oreille... Le plus important est de bien rester ancrer sur le territoire
- **choisir un format avec lequel on est à l'aise** : c'est ok si vous n'êtes pas à l'aise avec la caméra, il y a d'autres moyens pour faire passer le message (par exemple enregistrer une voix off, mettre du texte sur la vidéo pour expliquer ce qu'il se passe, photo d'un livre et texte coup de cœur en légende, etc.)

Et surtout, don't stress just strass :)

Dans le cadre de la communication numérique, chaque équipe compose avec ses moyens humains, ses moyens techniques, ses compétences et le temps disponible.

