

# Outils de communication

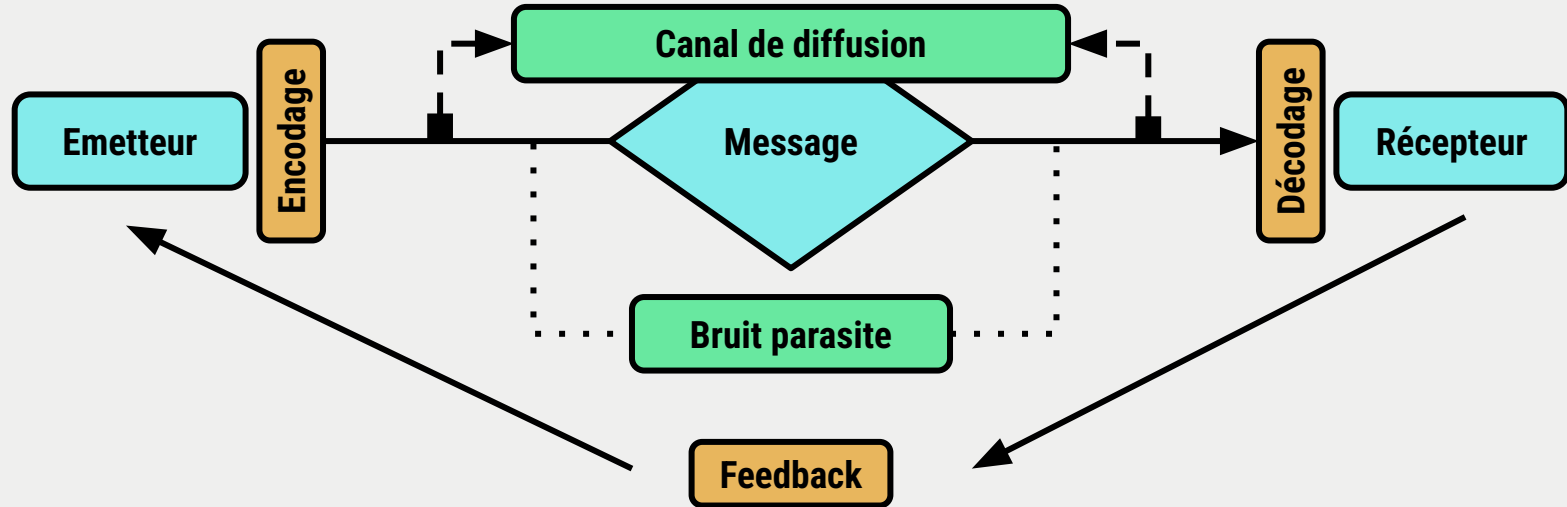


# Déroulé de la journée

1. Introduction aux notions de communication
2. Définir une stratégie de communication
3. Exemples de communications et supports en bibliothèques
4. Conseils et pièges à éviter
5. Diffuser sa communication
6. Un point sur les réseaux sociaux
  
7. Quiz
8. Exercice pratique
9. Présentation de Canva
10. Poursuite de l'exercice
11. Outils à disposition
12. Bilan et conclusion

# 1. Introduction aux notions de communication

Le Schéma de Shannon et Weaver (1948)



# 1. Introduction aux notions de communication

## Petit exercice : L'encodage et le décodage

- **La communication n'a pas lieu.** Le message est reçu mais non compris :

*Une utilisation d'un jargon professionnel auprès d'un profane*

Re: bureau RQTH DGA LCS - Bonjour , m...

23 sept.

- **La communication est restreinte.** Les références en commun sont peu nombreuses :

*Une discussion à propos d'un sujet spécialisé au sein d'un domaine de compétence*

- **La communication est plus large.** Toutefois l'intelligibilité n'est pas totale :

*Un dialogue entre des personnes de deux générations différentes*

# 1. Introduction aux notions de communication

Le Schéma de Lasswell (1948)

**Schéma des 5 W** : « **Who** says **What** to **Whom** in **Which** channel with **What effect** »

(Qui dit quoi à qui dans quel canal avec quel effet)

<b>WHO</b>	<b>QUI</b>	Émetteur, source
<b>WHAT</b>	<b>QUOI</b>	Message, contenu
<b>WHOM</b>	<b>À QUI</b>	Récepteur, cible, public visé
<b>WHICH CHANNEL</b>	<b>QUEL CANAL</b>	Forme, médium utilisé
<b>WHAT EFFECT</b>	<b>QUEL EFFET</b>	Objectif de la communication

## **2. Définir une stratégie de communication**

**Une question à se poser :**

Qui travaille sur la communication dans la structure ?

Quel temps accorder à la communication et quels sont les moyens et ressources humaines disponibles

## 2. Définir une stratégie de communication

**La bibliothèque "autonome"** (une ou plusieurs personnes)

- Soit service communication en interne ou un chargé de comm
- Soit tâches réparties entre plusieurs agents
  - Ex : X sur la communication des animations, Y sur les collections, ...
  - Ex : chacun s'occupe de la communication en fonction de son secteur d'activité

À adapter en fonction de l'organisation de la structure

**Communication déléguée**

- Au service communication de la ville
- À un prestataire extérieur

**Un mélange d'autonomie et de délégation (selon le type d'info, le niveau de réalisation)**

- Exemple : affiche animation en interne, guide du lecteur en externe



## 2. Définir une stratégie de communication

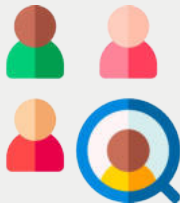
### Cibler son public en 4 étapes

#### Cibler son public en priorité

C'est le plus important. Tout le reste en découle.

Se dessine la stratégie à adopter.

On ne communique pas de la même façon auprès de jeunes parents qu'auprès des personnes âgées. Les usagers de médiathèques sont variés : tout le monde ne se sent pas concerné par la même chose.



#### Définir les objectifs/effets de la campagne de communication

- Acquérir de nouveaux usagers
- Inscrire des usagers à un événement
- Présenter une nouvelle programmation
- Présenter des nouveautés
- Former à une nouvelle procédure
- Donner une bonne image / changer l'image de la bib

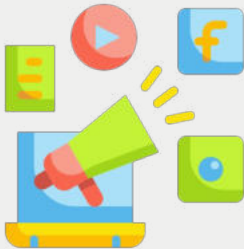


## 2. Définir une stratégie de communication

### Cibler son public en 4 étapes

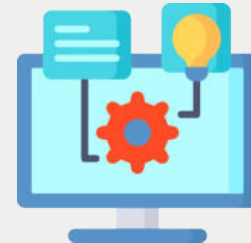
#### Choisir le contenu du message à partager

- Du contenu éditorial
- Des infos pratiques
- Une annonce d'événement
- Un retour sur animation
- Un tuto



#### Décider par quel canal partager le message

- Affiche / flyers / programme papier
- Newsletter
- Réseau social
- Portail
- Bouche à oreille
- Via des partenaires



## 2. Définir une stratégie de communication

### Cibler son public en 4 étapes

Pour y voir plus clair on calque les réponses aux schéma des 5 W :

QUI	Émetteur, source	Bibliothèque, commune, équipe jeunesse, ...
À QUI	Récepteur, cible, public visé	Public, tutelle, collègues
QUEL EFFET	Objectif de la communication	Attirer de nouveaux usagers, attirer l'attention d'usagers existants, ...
QUOI	Message, contenu	Agenda culturel, info pratique, ...
QUEL CANAL	Forme, médium utilisé	Newsletter, réseaux sociaux, affiches, programme, via un partenaire ...

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- **Étudier les 5W**
  - Qui communique ? Par quel canal ? Quelle est la cible ? Quel est l'objectif et pour quel effet ?
- **Faire le point sur les ressources à disposition**
  - Nombre de personnes disponibles pour la communication, moyens et contraintes, temps disponible, compétences ...
- **Planifier ses actions**
  - Préparer un planning

- **Qui** communique ?

- |                   |   |                             |
|-------------------|---|-----------------------------|
| ○ La collectivité | → | Une entité institutionnelle |
| ○ La bibliothèque | → | Une entité globale          |
| ○ Une équipe      | → | Un groupe de personnes      |
| ○ Un agent        | → | Un individu identifié       |
| ○ Un blog         | → | Une identité thématique     |

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

#### Identité institutionnelle

- Un établissement
- Une collectivité

Une entité globale



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

#### Identité institutionnelle

- Réalisation d'une charte graphique

La **charte graphique**, est un document de travail qui contient l'ensemble des **règles fondamentales d'utilisation des signes graphiques** qui constituent l'**identité graphique** d'une organisation, d'un projet, d'une entreprise.

L'objectif est de conserver **une cohérence dans les réalisations graphiques** d'une même organisation quels que soient les différents intervenants.

**Exemple** (liste non exhaustive) :

- Logo
- Polices de caractères
- Palettes de couleur pour déclinaisons
- Format de signature
- Différents usages autorisés

Lien vers chartes graphiques intéressantes : [ASSE Nouvelle-Aquitaine](#)

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques



#### POLICE DE CARACTÈRE - TITRES

Aa

TeX Gyre Adventor

##### L'HISTOIRE

La famille TeX Gyre Adventor des polices SansSerif est basée sur la ITC Avant Garde Gothic, conçue par Herb Lubalin et Tom Carnase en 1971 pour la fonderie ITC. L'influence de Herb Lubalin (1918-1981) est prépondérante dans la publicité américaine et les arts graphiques. Caractère typographique aux lignes géométriques, particulièrement lisible. Il appartient à la famille des antiques. Les 4 styles standards contiennent près de 1 250 glyphes chacun.

##### REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

##### ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

##### RECOMMANDÉ POUR

Les titres et les sous-titres.

##### LICENCE

<http://www.gust.org.pl/fonts/licenses/GUST-FONT-LICENSE.txt>



DISPONIBLE SUR  
<https://www.fontsquirrel.com/fonts/TeX-Gyre-Adventor>

##### BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

##### BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Lien vers chartes graphiques intéressantes : [ASSE Nouvelle-Aquitaine](#)





1. Ne pas modifier les couleurs



2. Ne pas modifier les proportions



3. Ne pas effacer des éléments



4. Ne pas pivoter



5. Respecter la zone de sécurité



6. Ne pas utiliser d'ombre portée



7. Ne pas déformer



8. Ne pas incliner



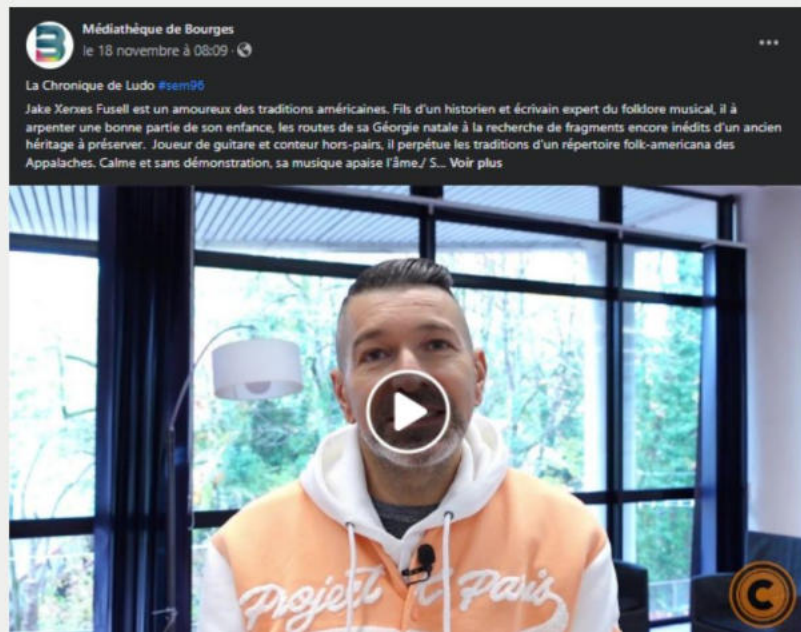
9. Ne pas changer la typographie



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

#### Identité de personnes ressources

Des bibliothécaires identifiés par un nom ou un avatar



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- **Qui** communique également ?
  - Notre public
  - Nos partenaires

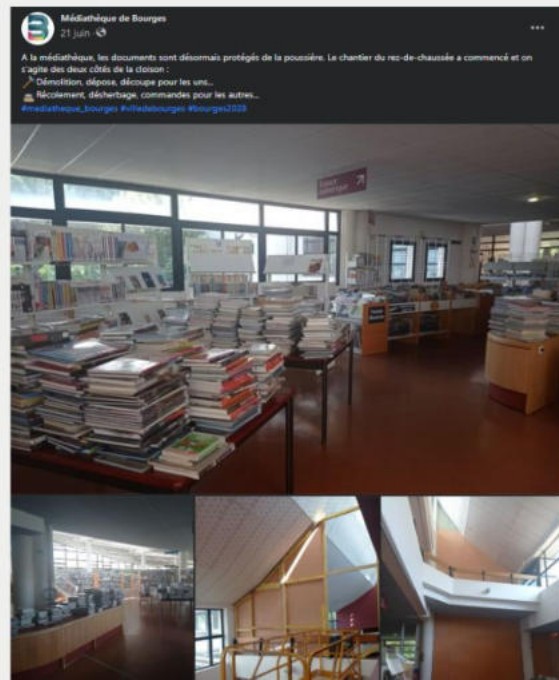
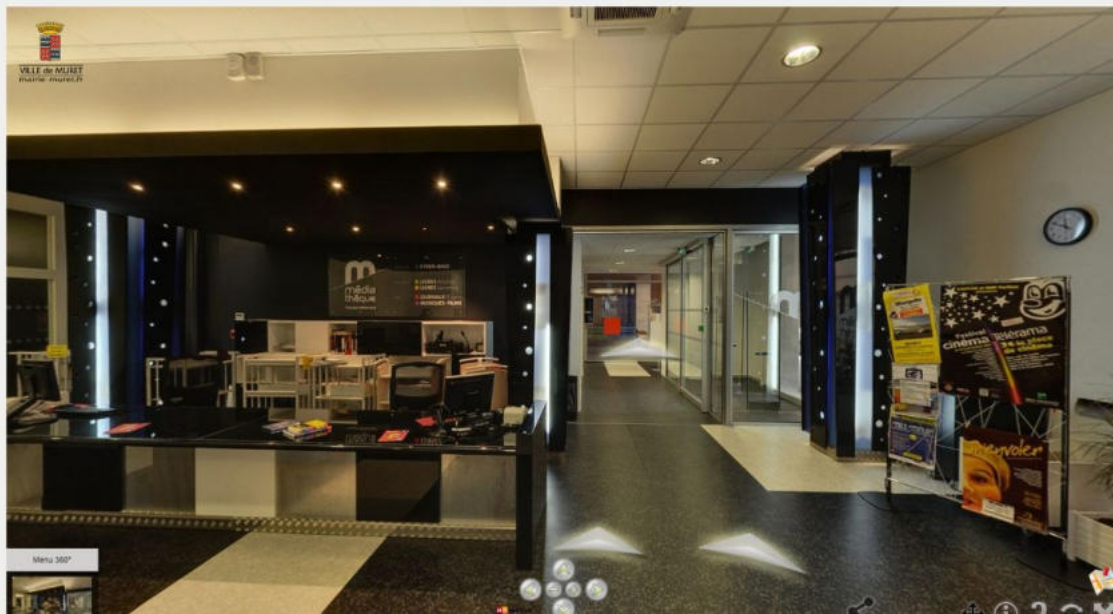
Avis sur les notices, relais et partage des informations, commentaires, photos, vidéos sur les réseaux sociaux, blogs, feedback divers, ...

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - Le lieu : la/les bibliothèque(s), ses espaces
  - Les infos pratiques : fermeture, prêt
  - Les services
  - L'action culturelle, l'agenda
  - Les collections (papier, numériques)
  - Les ressources et services numériques
  - L'actualité (locale, thématique)
  - Le personnel et la vie interne

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - Le lieu : la/les bibliothèque(s), ses espaces (album photo, visite virtuelle, bannière Facebook...)



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?

- Les infos pratiques : (fermeture, prêt, horaires, vacances, changement du fonctionnement)





### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - Les services

La Switch débarque à la médiathèque !

Découvrez la nouvelle console de Nintendo, qui vient remplacer la Wii U dans nos cœurs de gamers !

LE SAVIEZ-VOUS ?

Rendez-vous le 8 septembre

Déjà une Switch à la maison ? Vous avez la possibilité d'emprunter une paire de Joy-Con.



LISEUSES  
(RE)DÉCOUVREZ-LES !

A EMPRUNTER AUX ESPACES JEUNESSE, DOCUMENTAIRES, ROMANS



canal

Médiathèque Michel Serres  
mediatheque@ville-saint-avertin.fr

ville de Saint Avertin

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - L'action culturelle, l'agenda

**Médiathèque de Bourges**  
le 16 novembre à 14:30

A vos agendas : la semaine prochaine à 15h, Layla Darwiche racontera à la Bibliothèque du Val d'Auron, pour les enfants à partir de 6 ans. L'entrée est libre. Venez nombreux !



**La tricoteuse de mots**  
par Layla DARWICHE


**MERCREDI 23 NOVEMBRE 2022**  
**15h**

**Médiathèque de Bourges**  
19 octobre

Des yeux qui pétillent, des oreilles grandes ouvertes et des petites mains qui s'activent... une après-midi bien occupée à la bibliothèque des Gibjones : conte de Frédéric Naud et atelier de RERS et pôle Rivage dans le cadre des semaines de la Santé mentale RERS de Bourges



**YouTube FR** Rechercher



**Atelier stop motion (9 mars 2018)**

13 vidéos • 177 vues • Dernière modification le 11 mars 2018

Créations des participants, faites avec l'application mobile "Animation en volume", disponible pour android et iOS. En savoir plus : <https://www.cateater.com>

**Médiathèque de Cangé** **S'ABONNER**

2 **Packman**  
Médiathèque de Cangé 0:18

3 **Pikachu à la plage**  
Médiathèque de Cangé 0:27

4 **Pikachu**  
Médiathèque de Cangé 0:21

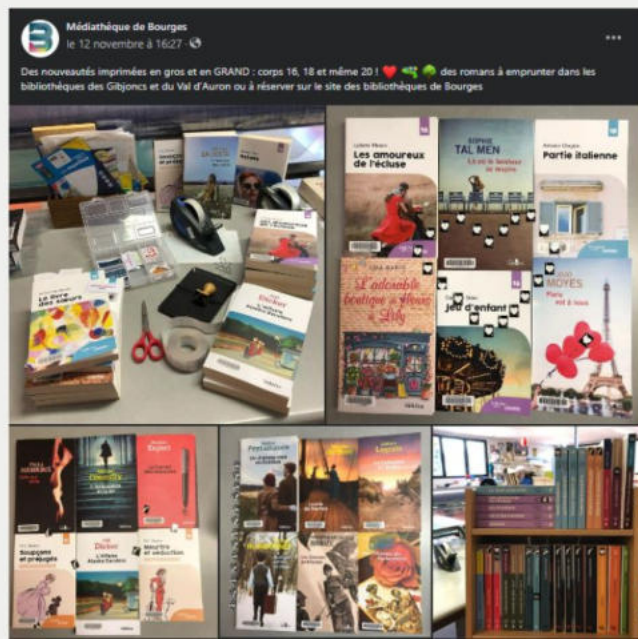
5 **Sonic à Paris**  
Médiathèque de Cangé 0:04

6 **La poursuite...**  
Médiathèque de Cangé 0:12

7 **La terrible jungle...**  
Médiathèque de Cangé 0:19

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - Les collections (nouveau, découvertes, coups de cœur pro ou public, ...)





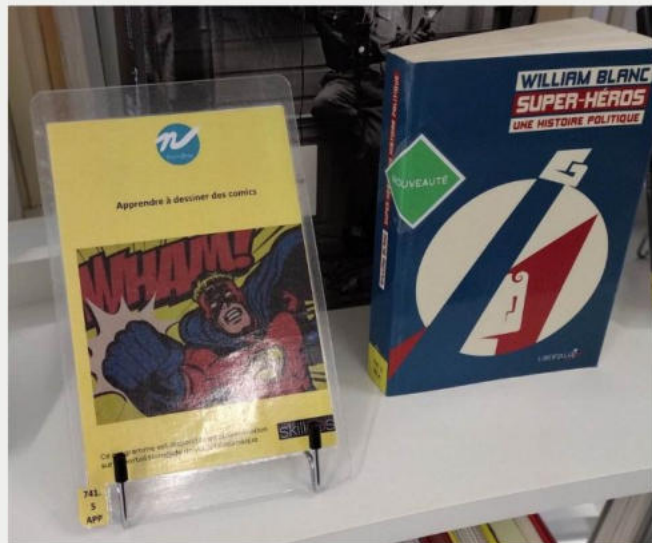
### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?

- Les ressources et services numériques (disponibles uniquement en ligne)

Difficile de communiquer sur les ressources numériques :

- Public différent du public "classique" de bibliothèque
- Parfois des procédures peu intuitives



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - L'actualité (locale, thématique)



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Sur **quoi** communiquer ?
  - Le personnel et la vie interne

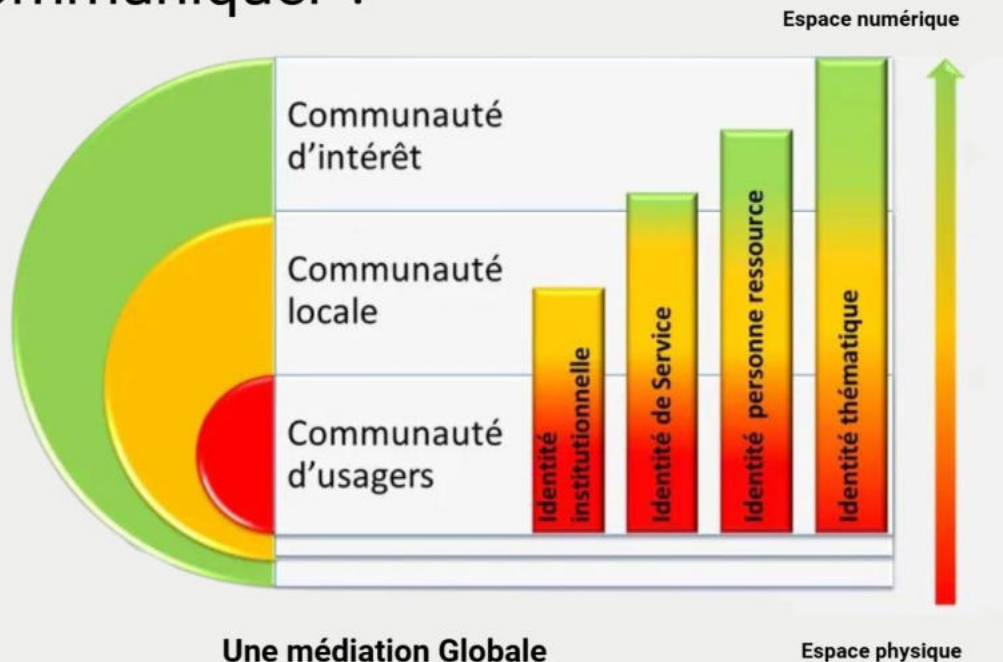


### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- À **qui** on s'adresse
  - Communication interne (collègues, autres services, ...)
    - Charte graphique, éditoriale, communication vers un autre service
  - Communication externe
    - **Usagers** : ils connaissent la bibliothèque
      - objectif : fidéliser
    - **Non usagers** : ils ne connaissent pas la bibliothèque
      - objectif : faire découvrir le service

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- À **qui** communiquer ?



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Pour **quel effet/objectif** ?

#### Plusieurs possibilités :

- Objectif de notoriété (cognitif)
- Objectif d'attractivité (conatif)
- Objectif d'image (affectif)



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Pour **quel effet/objectif** ?
  - **Notoriété** : Pour un public éloigné du service
    - "saviez-vous qu'une bibliothèque est à disposition dans votre commune ?"
  - **Attractivité** : Le public a déjà connaissance du service
    - "saviez-vous que vous pouviez avoir accès aux dernières sorties ciné / littérature gratuitement / pour un prix modique ?"
  - **Image** : Créer une complicité avec le public
    - "la bibliothèque c'est cool, on s'y sent bien"

[Vidéo : Informer les publics par BSF Campus](#)

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques





### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Pour **quel effet/objectif ?**
- **Effet sur la fréquentation de la bibliothèque**
  - Accentuer l'accès à l'information et à la culture en diversifiant les portes d'entrées
  - Fidéliser les publics existants et en toucher de nouveaux qui ne sont pas forcément réceptifs à la communication institutionnelle
  - Informer sur l'action culturelle
  - Fluidifier l'information vers le public (pas de jargon pro)
- **Servir les intérêts de la bibliothèque**
  - Améliorer son image (moderne, attrayante, dynamique, décoller "l'étiquette")
  - Se promouvoir (services, activités) auprès des publics et des tutelles
  - Valoriser le fond documentaire
  - Engager une co-construction avec les usagers

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par **quel canal/support** ?

- Imprimés
- Signalétique
- Numérique
- Extérieur
- Direct
- Merchandising



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Imprimé

**Exemple** : affiche, flyer, brochure, dépliant, kakemono, marque-page, carte postale, bibliographie, sticker, plan, ...



Visible dans la structure  
Distribués de main en main  
Dépôt dans des lieux de passages, d'autres structures



Cher si c'est externalisé (mais rendu professionnel)  
Nécessite un savoir faire selon le type de support



Absence de feedback  
Peu écologique  
Parfois surcharge d'infos

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

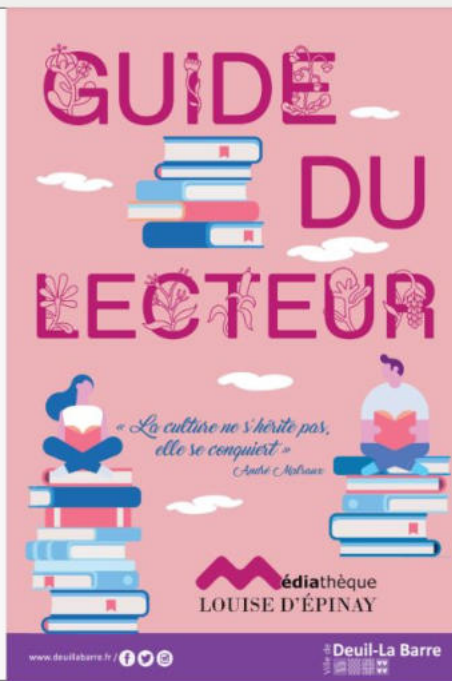
#### Imprimé

**Exemple de document incontournable :**

LE GUIDE DE L'USAGER (ou mode d'emploi)

On y trouve des informations pratiques principalement

- Plan de l'établissement et/ou répartition des établissements du réseau sur une carte de la ville
- Information sur les services, espaces et collections
- Modalités d'emprunt et de retour, de consultation
- Informations pour les inscriptions, tarifs, gratuité, ...



Exemple Agen

# 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

## • Par quel canal/support ?

[Exemple et aide](#)

### Imprimé

#### Exemple de document incontournable : RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Il a pour objectif de :

- Faire découvrir la médiathèque et son fonctionnement
- Faire connaître les droits et les devoirs des usagers
- Éviter les litiges



Le règlement intérieur doit être validé par le conseil municipal et affiché dans les espaces



### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Signalétique





### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Numérique

**Exemple** : Site web, newsletter, réseaux sociaux, PDF, contenus multimédias créés pour diffusion (photo, vidéo, captation sonore)



Diffusion large et immédiate (plus facile d'atteindre de nouveaux publics)

Feedback (statistiques, commentaires)

Outils en ligne gratuits



Matériel opérationnel et connexion internet nécessaires

Dépendance à des services privés leurs algorithmes

Actualisation régulière des règles

Certains services premium

Impact écologique

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Extérieur

#### Autres supports relais :

Presse / TV / Radio (médias locaux) : Support papier, audiovisuel, web

Mais aussi l'affichage sur le mobilier urbain





### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Communication directe

**Vous communiquez avec les usagers :**

- Accueil / face à face
- Renseignements par téléphone, par messagerie, par un module de gestion de la relation avec les usagers
- Les réponses sur les réseaux sociaux
- Badge et tour de cou pour être identifié

**C'est aussi de la communication**

### 3. Exemples de communications et supports en bibliothèques

- Par quel canal/support ?

#### Merchandising

**Des objets à vendre, à l'effigie de votre établissement ou utiles pour les usagers : "Trucothèque"**

Sacs, badges, stylos, carnets, médiateurs, porte clés, gobelets, mugs, cartes postales, ...

[Distributeur d'objets utiles à Lyon](#)



## 4. Conseils et pièges à éviter

Une fois le message et le public identifié, on rédige avant de se pencher sur le visuel. Ce qui prime c'est notre message et donc le texte.

Pour autant il faut le rendre lisible, la rédaction peut dépendre du support de diffusion.

On ne rédige pas autant pour la réalisation d'une affiche que pour la réalisation d'un programme

**28<sup>ème</sup> FOIRE AUX TOMATES FARCIES**  
**RILLY SUR LOIRE**  
**VENDREDI 25 JUILLET** SUPER <sup>20h</sup> **LOTO**  
**SAMEDI 26 JUILLET** Marché <sup>17h</sup> de nuit <sup>à 23h</sup>  
**DIMANCHE 27 JUILLET**  
**Marché Artisanal**  
**Vide grenier, Brocante**  
<sup>6h à 23h</sup> Repas sous chapiteau  
**REPAS MIDI ET SOIR, BAL, JEUX, SPECTACLES**  
**VIDE GRENIER - BROCANTE, EXPOSANTS DIVERS**  
Renseignements et Réservations **06 12 21 68 27**  
Apporter vos couverts

## 4. Conseils et pièges à éviter

La beauté d'une affiche, c'est subjectif, il existe des effets de mode en design, ce que l'on trouve beau ne l'est pas forcément pour les autres.  
(exemples des affiches, du message manquant...)

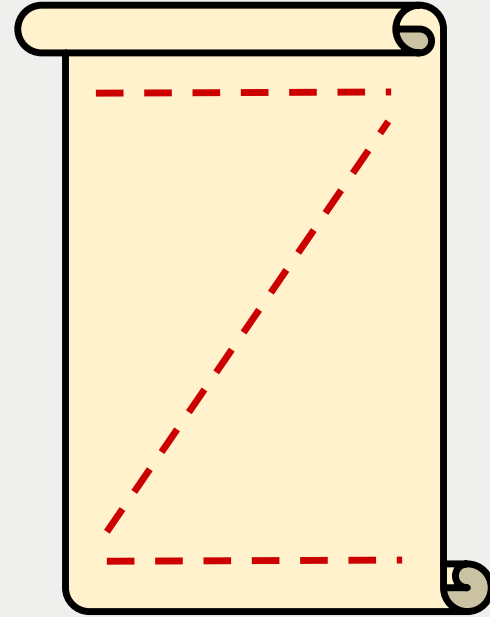
Essayer d'attirer l'oeil ne justifie pas tous les extrémismes. Ce n'est pas parce qu'on est visible qu'on est impactant.



## 4. Conseils et pièges à éviter

Quelques conseils et astuces sur la partie éditoriale :

- Lecture de l'info **en Z**
- Pas trop de texte et ne rien oublier (aller à l'essentiel : Qui/Quoi/Où/Quand/Comment)
- Infos pratiques (Payant ? Sur inscription ? Nombre de places limitées ? Comment s'inscrire ? Informations de contact ?)
- **Pas de jargon professionnel** (Proscrire les termes "portail", "SIGB", "désherbage", "équipement", "ressources numériques", "facettes", "périodiques" ...)
- Garder l'année (si besoin d'archivage)



## 4. Conseils et pièges à éviter

Quelques conseils et astuces sur la partie visuelle :

- Pas trop de couleurs et d'éléments visuels (mieux vaut sobre qu'agressif)
- Se limiter à 1 ou deux typographies (titre et texte)
- Les éléments ajoutés **doivent avoir un sens** et ne pas être là "parce que ça fait joli" ou "ça bouche des trous"
- Ne pas avoir la peur du vide
- **Rester cohérent** sur les codes que l'on a instauré

**28<sup>ème</sup> FOIRE AUX TOMATES FARCIES**  
**RILLY SUR LOIRE**  
**VENDREDI 25 JUILLET SUPER<sup>20h</sup> LOTO**  
**SAMEDI 26 JUILLET** Marché 17h de nuit à 23h  
**DIMANCHE 27 JUILLET**  
**Marché Artisanal**  
**Vide grenier, Brocante**  
6h à 23h Repas sous chapiteau  
**REPAS MIDI ET SOIR, BAL, JEUX, SPECTACLES**  
BROCANTE, EXPOSANTS DIVERS  
Réservations 06 12 21 68 27  
Apporter vos couverts

**SUPER LOTO**  
LE COMITE OFFICIEL DES FÊTES OLLIOULES  
**DIMANCHE 24 JANVIER 14 H 30**  
Salle des fêtes  
8 Tours  
24 Quinées  
Electroménagers cuisine...  
**BAR**  
Boissons  
Sandwiches  
Gâteaux  
Café  
1 CARTON = 6 €  
4 CARTONS = 20 €  
RESERVATIONS & RENSEIGNEMENTS AU 04.94.63.14.81  
NITE: 04.94.63.14.81  
Ollioles





## 4. Conseils et pièges à éviter

Parfois tellement d'affiches que le public devient "aveugle" à l'information.

Ce n'est pas la faute du "public qui ne lit plus ce qui lui est affiché".

La notion de "Banner Blindness" peut s'appliquer.

Les tables à flyers, murs d'affiches deviennent vite illisibles.



## 5. Diffuser sa communication

Réfléchir au public concerné et à ses habitudes :

- mairie, commerces, école, centres sociaux, partenaires, libraires, auteurs, compagnies de théâtre
- Réseau de bibliothèques (- par exemple la MD vous donne des affiches Amies Voix même si vous n'avez pas de spectacle -)



## 5. Diffuser sa communication

Réfléchir au public concerné et à ses habitudes :

- Réseaux sociaux, site web, agenda des communes ou communautés de commune ;
- Presse et applications (IntraMuros et PanneauPocket, voir avec votre Mairie)



## 5. Diffuser sa communication

Pensez à partager à vos référents réseau votre communication. Nous pouvons l'afficher à la MD et la mettre en avant sur le portail.

<https://www.lecture41.fr/faire-une-animation/proposer-un-evenement-a-la-legenda>

Pensez à faire des articles de retour sur animations et nous les envoyer pour la rubrique “ça s’est passé dans vos bibliothèques” de notre site internet.

**ÇA S'EST PASSÉ DANS VOS BIBLIOTHÈQUES**



**RETOUR EN IMAGES SUR LE SPECTACLE  
DU FESTIVAL AMIES VOIX "LA PLUME ET  
LE LOUP" DU SAMEDI 18 OCTOBRE À  
VINEUIL**

Spectacle "La plume et le loup" de Swan Blachère  
accompagnée par Antoine Marhem au violon et à la  
guitare.



**QUATRE ATELIERS D'ESCAPE GAME À  
HUISSEAU SUR COSSON**

A l'heure estivale, quoi de mieux que de (re)découvrir  
sa médiathèque sous un autre angle ? Le Mercredi 9  
et 16 Juillet 2025, ce sont 4 ateliers d'escape game  
qui ont eu lieu au cœur de la médiathèque de  
Huisseau-sur-Cosson !



**L'AUTRICE MARTINE TROUILLET  
RENCONTRE LE PUBLIC À  
MONTRICHARD**

La bibliothèque de Montrichard-Val-De-Cher a accueilli  
mercredi 25 Juin, l'autrice Martine Trouillet pour une  
séance de dédicace.

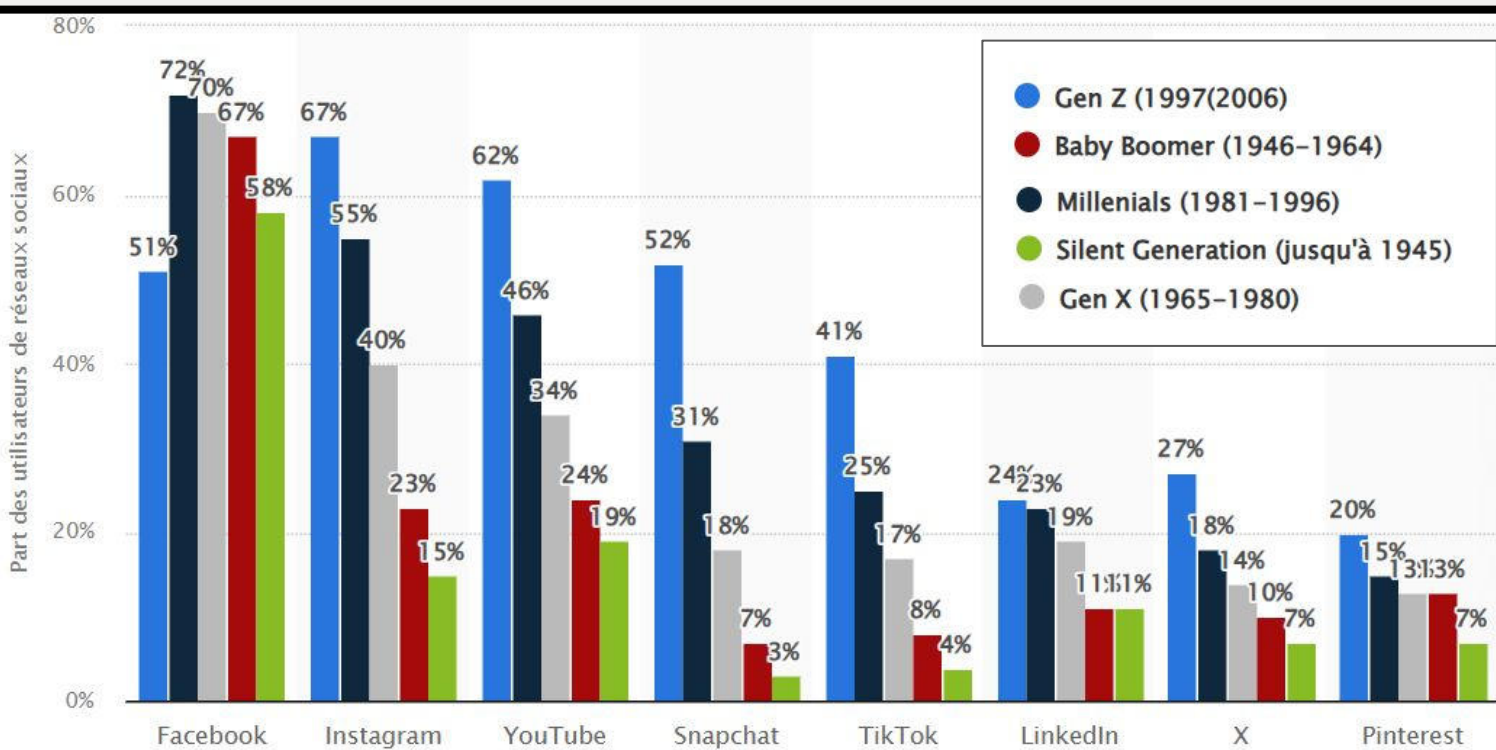
## 6. Un point sur les réseaux sociaux

### Pourquoi les investir ?

- Pallier l'absence de portail, d'un outil trop compliqué à prendre en main ou auquel vous n'avez pas accès
- Créer des liens avec les partenaires
- Disperser des contenus sur le web pour augmenter la visibilité de la structure
  - Moderniser son image
  - Valoriser ses ressources et services là où les gens se trouvent



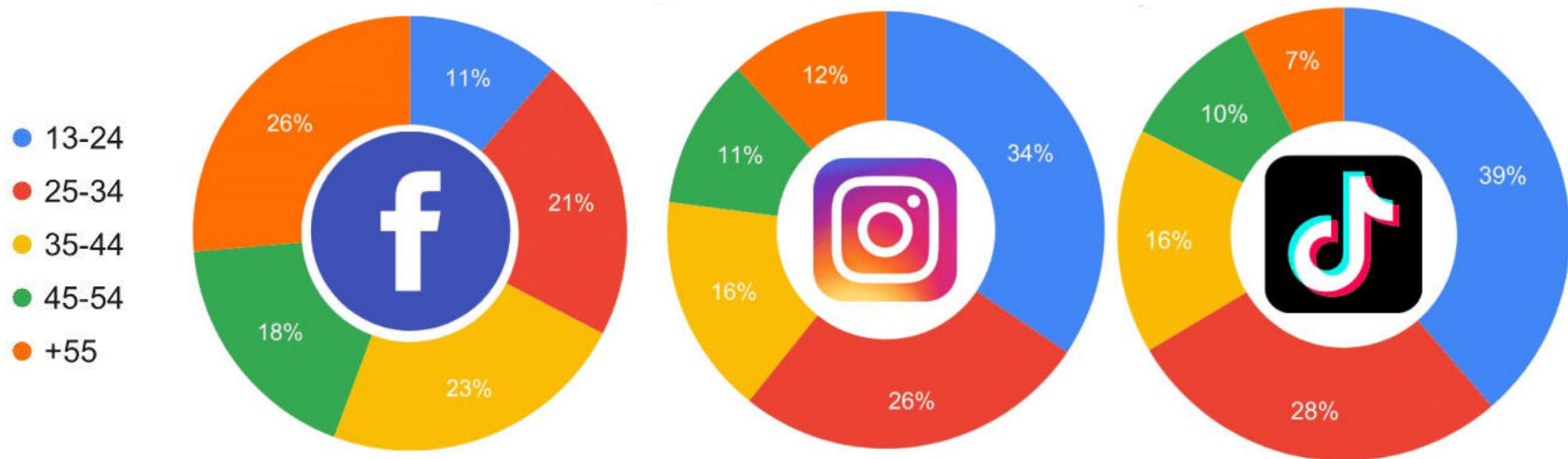
## 6. Un point sur les réseaux sociaux



Part de la population ayant utilisé une sélection de réseaux sociaux au moins une fois par mois en France en 2024, par réseau social et par tranche d'âge

## 6. Un point sur les réseaux sociaux

### Répartition par tranche d'âge en France en janvier 2024



## 6. Un point sur les réseaux sociaux



### Permet de partager :

- Du texte
- Des photos (image ou image animée “gif”)
- De la vidéo
- Des liens vers des contenus externes
- Des infos pratiques

## 6. Un point sur les réseaux sociaux



### 3 manières d'exister :

- **Un profil** : un individu identifié (Victor Durand)
- **Une page** : une identité institutionnel ([Médiathèque de Bourges](#))
- **Un groupe** : une communauté d'intérêt ([Jeu vidéo en bib](#))

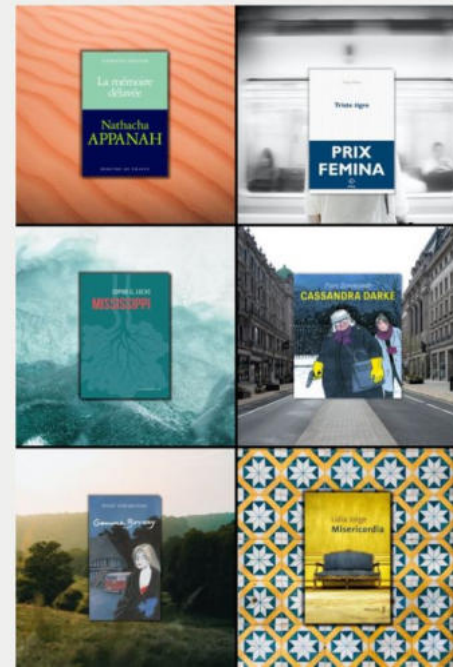
Intérêt du public principalement pour le contenu visuel / animé

Par exemple privilégier une image avec un texte intégré plutôt qu'un texte brut

## 6. Un point sur les réseaux sociaux



- **Bookstagram** ([Mises en scène esthétiques](#), [sélections thématiques](#), ...)
- **Bookface** ([Par exemple](#))
- **Actualité et infos pratiques** (à présenter en story exclusivement)
- **Retour sur animation** ([ici](#))
- **Vie de la bibliothèque** ([acquisitions](#), fonctionnement, atelier, ...)
- **Interviews** ([Extraits de vidéos plus longues](#))



## 6. Un point sur les réseaux sociaux



- **Booktok** ([rédécouvertes](#), coup de cœur, ...)
- **Montrer la vie de la bibliothèque** ([montrer les équipes](#), [les missions](#), ...)
- **Faire découvrir les espaces** ([visite de la bib](#), ...)
- ...



## 6. Un point sur les réseaux sociaux



- **Animations** ([ateliers](#), productions en direct, conférences, interviews, ... )
- **Valorisation documentaire** ([Coups de cœur](#), [découvertes](#), exposition, BookTube... )
- **Montrer la vie de la bibliothèque** ([montrer les équipes](#), les différents métiers)
- **Lectures** (contes, [Nuits de la lecture](#), ... )
- **Tutoriels** ([montrer le fonctionnement du portail](#), ...)
- **Valorisation des usagers** ([présenter les talents de chacun](#))
- **Stockage de vidéos** (vidéos venues d'autres sources pour intégration)

**BON APPÉTIT**

## 7. Quiz

À vos téléphones !

# Présentation de Canva

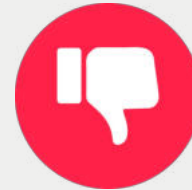


# Présentation de Canva

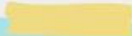
- Pas besoin d'une formation de graphiste
- Centralisation du travail / collaboratif
- Accessible en ligne
- Modèles pour s'inspirer et à réutiliser
- Beaucoup de ressources en ligne pour l'auto-formation
- Possibilité de travailler correctement seulement avec les fonctionnalités gratuites
- Gestion centralisée de différents outils




- Logiciel privé
- Fonctionnalités payantes
- Nécessite une connexion internet
- Continuité d'usage problématique
- Aucune garantie de continuité de service
- Nous ne sommes pas propriétaires de notre travail
- Changements de fonctionnalités réguliers



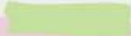
## 8. Exercice pratique choix de son support et rédaction du message en fonction du public cible




Lecture petite  
enfance sur les  
animaux



Tournoi de jeux  
vidéos sur  
Mario Kart



Passage à des  
horaires d'été



Conférence sur  
le patrimoine  
de Loir-et-Cher



Nouveaux  
espaces de  
coworking dans  
la bib



Retour sur la  
projection d'un  
film  
documentaire





# 5 - Outils à disposition pour la communication

- Pour les icônes et pictogrammes : [Flaticon](#), [SVG Silh](#), [Iconion](#) (à télécharger)
- Pour la création d'affiches, flyers :
  - À télécharger : Publisher, Indesign, [Scribus\\*](#), [Inkscape\\*](#), [OnlyOffice\\*](#), [LibreOffice\\*](#)
  - En ligne : [Canva](#), [Crello/Vista Create](#), [DesignCap](#), [Desygner](#)
  - Imprimeur : [J'imprime en France](#)
- Des images libres : [Pixabay](#), [Unsplash](#), [Pxhere](#), [Pexels](#)
- Outils de Retouche : [Croppola](#), [Pixlr Editor](#), [Remove.bg](#) (suppression fond image), [Photopea](#), [Gimp\\*](#), [Krita\\*](#) (à télécharger)
- Outils colorimétriques : [htmlcolorcodes](#), [Adobe Color Weel](#)
- Correction de texte : [Scribens](#), [Language Tool](#), [Remède](#)
- Newsletter : [Brevo](#), [Infomaniak Newsletter](#), [Mailjet\\*\\*](#), [Sendinblue\\*\\*](#), [Substack\\*\\*](#), le SIGB ou le portail de la bib ?
- Agenda : [Open Agenda](#), [Infomaniak Calendar \(Ksuite\)](#)
- Formulaires : [Framaforms](#)\*, [Zoho Forms\\*\\*](#), [Google Forms\\*\\*](#)
- Sondage : [Framadate\\*](#)
- Présentation interactive : [Genially](#)
- Capture vidéo : [OBS\\*](#)

Attention aux outils "Freemium" et aux limitations des outils propriétaires gratuits

\* logiciels libres ou Open Source

\*\* non conformes au RGPD

## Bilan et conclusion

