



La communication, par et sur la bibliothèque

FICHE PRATIQUE SARTHE LECTURE



À QUOI SERT LA COMMUNICATION EN BIBLIOTHÈQUE?

- Promouvoir la bibliothèque et son action
- Changer/confirmer l'image de la bibliothèque
- Induire des changements de comportements (par ex. encourager les réservations, l'utilisation du catalogue en ligne, faire venir les familles, ou plutôt le public adulte...)
- Véhiculer des valeurs portées par la bibliothèque : service public pour tous, sociabilité du lieu, accessibilité, modernité...



FIXER DES OBJECTIFS

La communication de la bibliothèque est un projet en soi, même s'il est parfois intégré à un autre projet (projet de service, animation, développement d'un nouveau service...).

Avant de se lancer il est impératif de fixer les objectifs de la bibliothèque quant à ce projet de communication. Ils peuvent être divers mais il est essentiel de les définir clairement.

Par exemple : conquérir de nouveaux usagers, donner une nouvelle image de la bibliothèque, fidéliser une catégorie de public, créer de l'interactivité avec/entre les publics...



QUELQUES NOTIONS sur la COMMUNICATION

4 éléments à prendre en compte :

- ◇ L'émetteur du message : qui est-il ? la collectivité ? la bibliothèque ? en lien avec des partenaires ?
- ◇ Le message : promotion de la bibliothèque au quotidien / action ponctuelle à l'initiative de la bibliothèque / action ponctuelle en partenariat
- ◇ Le récepteur du message : quels publics ? Connaissance ou non de la bibliothèque ? Usagers ? Élus ? Partenaires ?
- ◇ Le canal de diffusion : choisir le support en fonction du message et du public ciblé + quels outils et moyens la bibliothèque a-t-elle à sa disposition et au sein de la collectivité ?

- *Attention à ce que l'on peut dire, ce que l'on doit dire et ce que l'on dit réellement*
- *Ne pas multiplier les infos : 1 message à la fois*

Différents modes de communication :

Communication institutionnelle : poser une identité, valoriser une image

Communication informative : information sur le fonctionnement de la bibliothèque ou sur ses services

Communication événementielle : annoncer et promouvoir une action ponctuelle



L'IDENTITÉ DE COMMUNICATION DE LA BIBLIOTHÈQUE

La mise en forme du document/support quel qu'il soit est essentielle car il renvoie une image du fonctionnement de la bibliothèque.

Ce qu'il faut faire :

- ◇ Se rattacher à la politique de communication de la collectivité puisque la bibliothèque est un service public rattaché à la commune ou l'intercommunalité → se conformer à la charte graphique de la collectivité, a minima faire figurer le logo de la collectivité
- ◇ Afficher une identité visuelle, reprise dans les autres documents de communication de la bibliothèque (logo, typo, couleurs)

La création de supports à large diffusion nécessite l'accord de la collectivité ou du service chargé de la communication institutionnelle. Attention particulièrement à la communication sur Internet.



PLAN DE COMMUNICATION

Les étapes à suivre pour construire sa communication :

- 1) Fixer les objectifs
- 2) Préciser les moyens disponibles
(Envisager chaque fois les ressources dont on dispose avant de se lancer dans la création d'un support de communication)
- 3) Choisir le/s support/s de diffusion
- 4) Prévoir un rétro planning
- 5) Prévoir les modalités de diffusion (où, quantité...)
- 6) Conception-fabrication des supports
- 7) Diffusion auprès des élus, des partenaires puis des publics
- 8) Évaluer l'efficacité de la communication



LES DIFFÉRENTS SUPPORTS DE COMMUNICATION

SUPPORTS IMPRIMÉS

- ◇ Supports imprimés à diffusion interne à la bibliothèque (guide du lecteur, marque page, carte de lecteur, bibliographies...)
- ◇ Supports imprimés à diffusion interne à la collectivité et destinés aux élus (rapport d'activité, projet de service)
- ◇ Supports imprimés à diffusion interne et externe à la bibliothèque (flyer, affiche, programme, carte postale, carton d'invitation...)

Pensez au partenariat avec une entreprise locale pour réaliser des supports de communication.

Diffusez vos flyers avec toutes vos coordonnées chez les commerçants locaux, dans les services.
Par exemple : flyers info portage à domicile distribués chez les professionnels de santé

COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Solliciter les médias locaux : radio, TV, presse.

Par exemple : proposer un passage ponctuel ou régulier sur la radio locale pour présenter la bibliothèque, une animation, des coups de cœur ;

Ou simplement leur transmettre régulièrement les informations sur l'actualité de la bibliothèque.

COMMUNICATION SUR INTERNET

Comprendre les intérêts et les limites de la présence en ligne.

Avoir à l'esprit qu'elle touchera forcément des non-usagers.

- ◇ Site Internet, blog, portail, catalogue en ligne : pour diffuser des informations pratiques, des informations sur les collections (coups de cœur, nouveautés, sélections) et services de la bibliothèque
- ◇ Mailing, newsletter : pour diffuser des informations ponctuelles par des messages courts
- ◇ Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter...) : pour communiquer de façon synthétique sur les événements et la vie de la bibliothèque

Pensez à faire des photos de la vie de la bibliothèque (en demandant bien l'accord des personnes potentiellement présentes sur les clichés) afin de disposer d'une petite banque d'images.

Attention aux droits de diffusion sur internet :

- ◇ Le droit d'auteur : mentionnez les sources et auteurs des documents que vous diffusez sur votre site ou blog
- ◇ Le droit à l'image : demandez l'autorisation des personnes avant de diffuser des photos sur lesquelles elles apparaissent

A NE PAS OUBLIER : LA SIGNALÉTIQUE EXTÉRIURE

- ◇ Nom de la bibliothèque sur le bâtiment
- ◇ Pancartes, fléchage dans la commune
- ◇ Chevalet à disposer devant la bibliothèque avec les actualités du moment

QUELQUES EXEMPLES



*Point lecture de Changé
(réalisé par le centre de loisirs)*



Point lecture de Dollon



*Bibliothèque de Loire-en-Vallée
(création professionnelle)*



*Bibliothèque de Saint-Mars-d'Outillé
(réalisé par le centre de loisirs)*

