

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines

Licence Professionnelle

Métiers du livre : documentation et bibliothèques

2020/2021

Mise à plat des outils et procédés de communication au sein de la Bibliothèque Départementale de la Creuse



Justine BARACHET

Stage effectué du 4 janvier 2021 au 2 avril 2021

Bibliothèque départementale de la Creuse

Rapport de stage dirigé par

Anna Svenbro

Responsable de l'informatique documentaire et du soutien à la recherche au SCD de l'Université de Limoges



La fonction essentielle d'une bibliothèque est de favoriser la découverte de livres dont le lecteur ne soupçonnait pas l'existence et qui s'avèrent d'une importance capitale pour lui.

Jean Grenier

Avant-propos

Ce rapport est le fruit d'un stage de 3 mois, entre le 4 janvier et le 2 avril 2021, au sein de la Bibliothèque Départementale de la Creuse (BDC), dans le cadre de la licence professionnelle « Métiers du livre : Documentation et Bibliothèques à l'Université de Limoges ».

Lors de ma recherche de stage, j'ai postulé au sein de nombreuses bibliothèques municipales, librairies et autres archives départementales ainsi qu'à une seule Bibliothèque Départementale : celle de la Creuse.

J'ai eu la chance de recevoir deux réponses favorables : une bibliothèque municipale dans l'Indre, mon département d'origine ainsi que la Bibliothèque Départementale de la Creuse.

Si j'ai choisi d'effectuer mon stage en Bibliothèque Départementale, c'est parce que c'est un univers que je ne connaissais pas du tout. Tout ce que je savais, c'était que ces dernières avaient pour rôle de desservir les bibliothèques du département.

La directrice de la BDC m'a tout de suite proposé un sujet de travail qui me paraissait très intéressant : *la mise à plat des outils et des procédés de communication de la BDC*.

Si ce sujet m'a autant plu, c'est parce qu'il me permettait de m'immerger complètement dans la vie de la Bibliothèque Départementale, rencontrer tous les membres de l'équipe, m'associer à différentes actions, ainsi que travailler en partenariat avec d'autres services du Conseil Départemental, notamment le service Communication.

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui ont contribué à l'excellent déroulé de mon stage, et ce, malgré des conditions sanitaires compliquées.

Tout d'abord un très grand merci à mon enseignant-référent, Anna Svenbro, pour sa grande disponibilité, son dévouement et ses précieux conseils durant toute la durée de ce stage.

Je souhaite aussi remercier toute l'équipe de la Bibliothèque Départementale de Creuse pour son chaleureux accueil.

En particulier Agnès Rouet, mon maître de stage, qui m'a guidée et aiguillée tout au long de ces trois mois.

Un grand merci également à Marie-Pierre, Béatrice, ainsi que Christine, grâce à qui j'ai pu être immergée dans la vie de la Bibliothèque Départementale et ses actions du quotidien.

Merci à Natacha et David de m'avoir inclus dans la préparation du festival Mômes à la page : inédit cette année, car 100 % virtuel.

Merci à Viviane, la directrice de la BDC pour le temps qu'elle m'a accordé, notamment en me permettant de l'accompagner lors de plusieurs réunions avec des élus.

Merci à Yves Liebert, mon professeur référent.

Et enfin, merci à Cécile Corsi pour sa présence et sa réactivité dans la période qui a précédé le début du stage.

Droits d'auteurs

Cette création est mise à disposition selon le Contrat :

« **Attribution-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de modification 3.0 France** »

disponible en ligne : <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/>



Table des matières

Avant-propos	3
Introduction.....	10
1. La Bibliothèque départementale de la Creuse : Histoire, missions et actions.....	12
1.1. Un bref historique des Bibliothèques Départementales	12
1.2. La Bibliothèque Départementale de la Creuse	12
1.3. Ses missions et actions au quotidien.....	14
1.4. Enjeux de la desserte et l'accompagnement d'un réseau rural.....	16
1.4.1. La Creuse : territoire rural et éclaté.....	16
1.4.2. L'importance du partenariat.....	18
2. La communication au sein de la BDC : outils et procédés existants	20
2.1. Les enjeux de la communication en Bibliothèque Départementale	20
2.1.1. Communication interne vs. externe.....	20
2.1.2. Une communication adaptée à chaque type de public.....	21
2.1.2.1. Bibliothécaires du réseau.....	21
2.1.2.2. Élus.....	22
2.1.2.3. Les tutelles	22
2.1.2.4. Grand public.....	23
2.2. Etat des lieux de l'existant.....	24
2.2.1. Les outils numériques : à la recherche d'une identité propre	24
2.2.2. Les divers outils physiques : entre communication, institution et événementiel ...	24
2.2.3. Forces et faiblesses.....	25
2.3. Vers une évolution des pratiques de Communication ?	27
2.3.1. Un « besoin » d'évolution	27
2.3.2. Risques encourus à laisser les choses telles quelles	28
2.3.3. Tableau récapitulatif des outils de communication existants.....	28
2.4. Travaux réalisés au cours de ce stage	29
2.4.1. Création de « fiches secteurs »	29
2.4.2. Elaboration d'une plaquette de présentation des missions de la BDC.....	29
2.4.3. Réalisation d'un livret d'animation.....	30
2.4.4. Autres tâches effectuées	31
3. Perspectives d'évolution de la communication.....	33
3.1. Réflexion autour d'une stratégie pour un développement de la communication	33
3.1.1. Développement du numérique.....	33
3.1.2. Amélioration de la visibilité et de la lisibilité de l'action de la BDC	34
3.2. Quelques propositions pour une mise en œuvre de cette stratégie.....	34
3.2.1. Création d'une page Facebook	34
3.2.2. Création d'une vidéo de présentation de la structure	35
3.2.3. Le livret de formation : un objet de communication à développer	35
3.3. Mise à plat des outils et procédés de communication de la BDC : apport de ce stage	36
3.3.1. L'opportunité de faire un état des lieux des besoins dans chaque service	36
3.3.2. Un regard extérieur sur les méthodes de communication de l'établissement.....	37
Conclusion.....	38
Références bibliographiques	39

Annexes.....41

Table des illustrations

Figure 1 : Magasin de la Bibliothèque départementale de la Creuse	11
Figure 2 : Le processus de servuction dans la bibliothèque par Bertrand Calenge	15
Figure 3 : La Creuse en 6 secteurs.....	26
Figure 4 : Réception et vérification des commandes reçues	31
Figure 5 : Retour de documents en provenance du réseau	32

Table des tableaux

Tableau 1 : Typologie des bibliothèques municipales françaises en 2019.....	13
Tableau 2 : Budget annuel de chaque secteur de la BDC pour l'année 2021	14
Tableau 3 : Tableau récapitulatif des outils de communication existants.....	28

Introduction

Lorsque l'on s'intéresse au sujet de la communication en bibliothèque, il est important de bien faire la différence entre les notions de communication et d'information. Si l'information se limite à la diffusion d'un contenu, la communication, elle, va plus loin et consiste à nouer une relation afin de transmettre un savoir par le biais de nombreuses techniques¹. Pour Violaine Appel, Hélène Boulanger et Lylotte Lacote-Gabrysiak « décider que l'on va communiquer, c'est engager un processus de rationalisation de l'émission de ces messages² » Il s'agit d'aider le lecteur à ne pas se perdre dans une « jungle informationnelle » et donc, pour les bibliothèques, de ne pas chercher à faire de la communication institutionnelle à tout prix³.

Lors de mon stage à la Bibliothèque Départementale de la Creuse, qui a eu lieu du 4 janvier au 2 avril 2021, j'ai dû réfléchir avec l'équipe et en particulier les bibliothécaires, à la mise à plat des outils et des procédés de communication de l'établissement.

Il s'agissait d'améliorer la lisibilité de l'action du Conseil Départemental et de la direction de la lecture publique en matière de développement de la lecture en Creuse, de renforcer les liens avec le réseau ainsi qu'avec le grand public tout en accordant une place particulière aux outils numériques.

La BDC fut créée en 1979. Celle-ci exerce la compétence obligatoire de lecture publique du Conseil Départemental. Ses actions se concentrent autour d'un objectif précis : développer la lecture et les bibliothèques au sein du département. Elle comprend 17 salariés répartis dans plusieurs secteurs tels que le secteur adulte, la jeunesse, l'audiovisuel, la logistique ou encore l'administration.

J'ai eu l'occasion d'effectuer un grand nombre d'actions inhérentes au fonctionnement d'une Bibliothèque Départementale telles que le catalogage, les prêts et des retours en service public, les réservations web, le nettoyage de médias ou encore le rangement en magasin. Néanmoins, ma mission principale était la mise à plat des outils et procédés de communication de la BDC, ce qui s'est d'abord traduit par un recensement des différentes missions, métiers et partenaires de la BDC. J'ai pu établir, pour chaque secteur, les particularités et les besoins en communication, qu'ils soient physiques ou numériques. J'ai aussi eu l'opportunité d'être impliquée dans la préparation et la communication autour du festival *Mômes à la Page*, qui sera cette année pour la première fois, au vu du contexte sanitaire, un festival virtuel.

¹ Marie Mortier, « Communication & bibliothèques », 2018.

² Violaine Appel, Hélène Boulanger, et Lylotte Lacote-Gabrysiak, « 1. Instaurer une culture de la communication dans les bibliothèques », in *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, éd. par Jean-Philippe Accart, La Boîte à outils (Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2017), pp.16-30.

³ livbignum, « Un entretien avec Lionel Dujol : la médiation numérique », Billet, *Livre, lecture et numérique* (blog), (consulté le 9 mars 2021).

Si la mise à plat des outils et procédés de communication s'avère nécessaire, c'est d'abord en raison d'un manque de visibilité de la BDC. Ses actions ne sont pas suffisamment mises en valeur vers les bibliothécaires du réseau, les élus et le grand public.

Au cœur d'un des réseaux les plus ruraux de France, la BDC est aujourd'hui en pleine informatisation de ses bibliothèques. En 2020, seulement 60 % du réseau était informatisé, l'objectif est de 100 % pour 2025.

On peut alors légitimement se demander **en quoi l'usage d'outils numériques et physiques pourrait améliorer la communication de la BDC, au sein d'un territoire particulièrement rural**. Faut-il arriver au 100% numérique à tout prix ? La communication physique doit-elle persister ? La ruralité du territoire peut-elle être un frein au développement du numérique ? Une chance ?

Afin de tenter de répondre à cette question, nous commencerons par nous intéresser à la Bibliothèque Départementale de la Creuse, son histoire ainsi que ses missions. Dans un second temps, nous verrons quels sont les outils et procédés de communication existants au sein de la BDC, et enfin, nous réfléchirons aux perspectives d'évolution possibles de la communication.



Figure 1 : Magasin de la Bibliothèque départementale de la Creuse

Source : biblio.creuse.fr

1. La Bibliothèque départementale de la Creuse : Histoire, missions et actions

1.1. Un bref historique des Bibliothèques Départementales

Les Bibliothèques Départementales furent créées en 1945, à la fin de la Seconde Guerre Mondiale sous le nom de « Bibliothèques centrales de prêt ». A l'époque, elles ne sont que 8 et ont pour missions la desserte des communes de moins de 20000 habitants, elles ne sont généralement équipées, pour ce faire, que d'un bibliobus⁴.

Jusqu'en 1975, les Bibliothèques centrales de prêt (BCP) dépendent du ministère de l'Education nationale. Ce n'est qu'à partir de la création de la Direction du Livre et de la Lecture au sein du ministère des affaires culturelles, que la création de BCP sur tout le territoire va réellement se développer.

A cette époque la mission principale des BCP est incontestablement la diffusion du livre et de la culture dans les zones rurales, soit les villes de moins de 10 000 habitants alors que le seuil était de 20 000 en 1945. Les BCP dépendent donc entièrement de la création des bibliothèques municipales. C'est la raison pour laquelle, elles doivent commencer à repenser leurs actions sous peine de déclin⁵.

La loi de décentralisation de 1982 confie la responsabilité des BCP aux Conseils généraux, et quelques années plus tard en 1992 ces dernières sont, logiquement renommées « Bibliothèques Départementales de prêt ». En 2017, une nouvelle ordonnance les rebaptise Bibliothèques Départementales (BD)⁶.

Malgré ces trois changements d'appellation en moins de 70 années d'existence, et même si elles ont profondément et fondamentalement évolué, leur mission principale est inchangée. Celle-ci reste incontestablement la diffusion du livre et de la lecture dans les zones rurales.

Ce n'est que dans un second temps que naîtra la notion de réseau, si importante aujourd'hui. Pour Anne-Marie Bertrand « autrefois bibliothèque qui desservait directement la population par bibliobus, la BDP devient aujourd'hui un service départemental de la lecture, chargé d'impulser, soutenir et coordonner l'activité des petites communes en ce domaine »⁷.

Il y a aujourd'hui en France, 95 Bibliothèques départementales⁸.

1.2. La Bibliothèque Départementale de la Creuse

Située au cœur de la Creuse, dans la ville de Guéret, la Bibliothèque Départementale a été créée en 1979 et compte 17 salariés. C'est un service du Conseil Départemental, elle y

⁴ « Bibliothèques départementales de prêt (BDP) | Enssib », (consulté le 16 février 2021).

⁵ Martine Blanchard, « Quelles missions pour les bibliothèques départementales de prêt ? », Text, 1 janvier 1997.

⁶ « Ordonnance n° 2017-650 du 27 avril 2017 modifiant le livre III du code du patrimoine » (2017) <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000034503367/>

⁷ Anne-Marie Bertrand et Yves Alix, « III. Les bibliothèques aujourd'hui », *La découverte*, 30 novembre 2015, 5^e éd., pp. 45-66.

⁸ Ministère de la Culture, *Données d'activité 2013-2016 Synthèse Nationale*, s.l., 2017.

exerce la compétence obligatoire de lecture publique. Ses actions se concentrent autour d'un objectif précis : développer la lecture et les bibliothèques au sein du département.

A la tête d'un réseau de plus de 100 bibliothèques, elle dessert plus de 80 % de la population creusoise par ses navettes quotidiennes, ses tournées et son bibliobus⁹.

La BDC rassemble points lecture, dépôts et bibliothèques municipales. Ces dernières sont classées en 3 niveaux selon la typologie établie par l'Observatoire de la lecture publique.

Tableau 1 : Typologie des bibliothèques municipales françaises en 2019¹⁰

	Bibliothèque municipale niveau 1	Bibliothèque municipale niveau 2	Bibliothèque municipale niveau 3
Surface	- Au moins 0.07 m ² / habitant	- Au moins 0.04 m ² / habitant	- Au moins 25 m ²
Budget d'acquisition de livres	- Au moins 2€/ habitant	- Au moins 1€ / habitant	- Au moins 0.50€ / habitant
Durée d'ouverture hebdomadaire	- 12h00	- 8h00	- 4h00
Formation du personnel	- Personnel salarié formé DUT, licence professionnelle Métiers du livre, ABF et/ou formation de base de la BDC	- Personnel salarié formé DUT, licence professionnelle Métiers du livre, ABF et/ou formation de base de la BDC	- Bénévoles formés ayant au moins suivi la formation de base de la BDC

Une part importante des bibliothèques du réseau est aussi constituée de dépôts et de points lecture situés sur l'ensemble du département, ce qui permet un très bon maillage du territoire. En effet, en 2019, sur les 104 bibliothèques que comptait le réseau de la BDC, 76 étaient des dépôts et des points lectures, soit 72 %¹¹.

Contrairement aux bibliothèques municipales, les points lecture ne doivent respecter que 2 ou 3 critères du niveau 3, dont l'ouverture hebdomadaire d'au moins 4 heures et un local dédié¹².

⁹ Direction de la lecture publique - Bibliothèque départementale, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, Guéret, Conseil départemental de la Creuse, 2018.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Direction de la lecture publique, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, Guéret, 2019.

¹² Direction de la lecture publique - Bibliothèque départementale, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, *op. cit.*

Depuis le début des années 2010, la question de l'intercommunalité a pris une réelle ampleur. Grâce à celle-ci, le maillage des bibliothèques creusoises est en constante évolution. Deux lois ont eu de réelles conséquences sur la lecture publique : en 2014, la loi de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (loi MAPTAM) ainsi que la loi pour une nouvelle organisation territoriale de la République (loi NOTRe) en 2015. Une des conséquences directes pour les BD est la modification des seuils d'intercommunalité : de 5 000 à 15 000 habitants pour un bassin de vie. Les conséquences de cette loi sont à la fois positives et « inexorables ». Positives car « dans un contexte de resserrement de l'argent public, c'est le seul moyen d'optimiser la gestion tout en améliorant les services » et inexorables car cela « correspond à la reconfiguration territoriale de la France¹³. »

Le réseau de la BDC est très majoritairement composé de bénévoles : 238 bénévoles pour 54 salariés dont 30 équivalents temps plein en 2019. Une large partie de ses bibliothèques (49%) ne bénéficie d'aucun budget d'acquisition, le rôle de la Bibliothèque Départementale, dans le prêt de documents et le support financier, y est donc primordial¹⁴.

La Bibliothèque Départementale de la Creuse, c'est une collection de plus de 200 000 documents qui constitue en partie le fonds des bibliothèques du réseau. Plus de 45 000 documents sont aussi réservés chaque année par ses dernières, par le biais des navettes hebdomadaires.

Elle possède un budget annuel d'acquisition de plus 155 000 euros qui sont répartis entre tous les secteurs de la bibliothèque.

Tableau 2 : Budget annuel de chaque secteur de la BDC pour l'année 2021

	Adulte	Jeunesse	Audiovisuel	Ressources Numériques
BUDGET ANNUEL PAR SECTEUR	- 59 000 €	- 51 000 €	- CD : 13 000 € - DVD : 18 000 €	- 10 500 €

1.3. Ses missions et actions au quotidien

Comme évoqué en introduction, la mission principale d'une Bibliothèque Départementale consiste à encourager et à favoriser le livre et la lecture ainsi qu'à aider à la création de nouvelles bibliothèques en zones rurales afin de garantir l'accès aux livres et autres documents aux habitants quelle que soit leur situation géographique.

¹³Dominique Lahary, « Les bibliothèques en pleine réforme territoriale », Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2017, n° 12, p. 52-59.

¹⁴ Direction de la lecture publique, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, op. cit.

D'une manière générale, les missions de la Bibliothèque Départementale de la Creuse s'articulent autour de deux points :

- Mettre en place une logique de diffusion : elle agit comme une centrale de distribution, des navettes sont mises en place chaque semaine afin de desservir toutes les bibliothèques du département.
- Fournir des prestations de service : appui logistique et financier pour aider les bibliothèques dans leur développement, soutien à l'informatisation des bibliothèques, programme de formation des bibliothécaires et des professionnels du livre¹⁵.

Pour Bertrand Calenge, la bibliothèque prend forme autour de trois principes : accueillir, orienter et informer. Il est primordial d'ajouter la notion de service dans le rôle de la bibliothèque, c'est pour lui un nouveau concept, celui de la servuction qu'il résume à travers un schéma des plus simple.

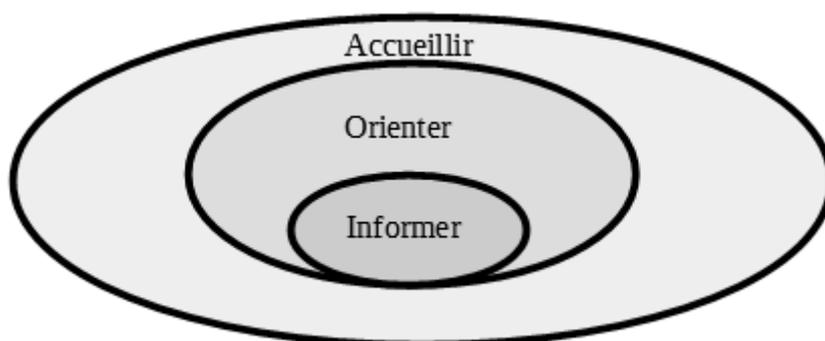


Figure 2 : Le processus de servuction dans la bibliothèque par Bertrand Calenge

Source : CALENGE Bertrand, *Accueillir, orienter, informer : L'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*

Dans la servuction, l'accent est mis sur les besoins des usagers. Ce concept coexiste avec le processus de distribution des documents : la bibliothèque a aussi pour mission principale de diffuser les produits documentaires.

En effet, pour Calenge, les trois principes d'accueil, d'orientation et d'information dépendent les uns des autres. Si l'objectif principal d'une bibliothèque est toujours l'information du lecteur, il ajoute que les fonctions d'accueil et d'orientation « débordent bien souvent la transaction finale pour être à l'écoute du public au-delà des modalités d'information¹⁶. »

Les missions de la BDC se traduisent sur le terrain en une multitude d'actions. Tout d'abord la constitution de fonds variés destinés à nourrir les bibliothèques du réseau. Un nouveau fonds est créé à chaque ouverture de bibliothèque, il peut aussi être agrandi et repensé lors d'un déménagement.

¹⁵ M. Blanchard, « Quelles missions pour les bibliothèques départementales de prêt ? », op.cit.

¹⁶ Bertrand Calenge, *Accueillir, orienter, informer : L'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*, Ed. du Cercle de la Librairie., Paris., 1999, 444 p.

La BDC organise aussi des festivals annuels comme *Coquelicot* ou bisannuel pour *Mêmes à la page*.

Lors de la rentrée littéraire, le secteur adulte élabore un comité de lecture auquel peuvent participer toutes les bibliothèques du réseau en soumettant leurs chroniques. Le fruit de ce travail est ensuite retranscrit sous la forme d'un livret et distribué à l'ensemble des bibliothèques du réseau.

La BDC fournit également une aide précieuse en ingénierie dans l'aménagement et le réaménagement des bibliothèques en leur fournissant une aide qui peut être matérielle (80 % des structures sont meublées grâce à la BDC) ou bien financière (elle peut accorder des subventions : souvent avec le concours de la DRAC¹⁷).

Du matériel d'animation, tel que des expositions et des valises thématiques peuvent aussi être prêtées par la BDC afin de favoriser et promouvoir la culture dans toutes les bibliothèques.

Chaque année depuis 2013, l'opération « Mon 1^{er} livre » est menée par le département, via la Bibliothèque Départementale afin d'offrir un livre à chaque enfant né ou adopté en Creuse.

Aussi, chaque semaine, une navette est organisée pour desservir les bibliothèques du réseau afin de toujours répondre aux demandes des lecteurs, pour de nouveautés ou des ouvrages spécifiques.

1.4. Enjeux de la desserte et l'accompagnement d'un réseau rural

1.4.1. La Creuse : territoire rural et éclaté

Le département de la Creuse est l'un des plus ruraux du territoire français. Même si le réseau des bibliothèques dispose d'un très bon maillage, le territoire n'en reste pas moins éclaté. C'est la raison pour laquelle la BDC privilégie l'intercommunalité en fermant régulièrement des dépôts et points lecture. L'intérêt n'étant, bien entendu, pas d'avoir toujours davantage de petites bibliothèques, mais de constituer un réseau qui permette à chaque Creusois d'avoir accès à une bibliothèque dans sa commune ou dans le territoire intercommunal dans lequel il réside. C'était, en 2019, le cas pour 81% des habitants du département¹⁸.

La Creuse est le deuxième département le moins peuplé de France, après la Lozère. Avec moins de 118 000 habitants en 2019¹⁹, ainsi qu'une population vieillissante (l'âge moyen étant de 47,5 ans en 2015²⁰), la question de l'attractivité de la Creuse peut être soulevée.

¹⁷ DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelles.

¹⁸ Direction de la lecture publique, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, *op. cit.*

¹⁹ Gérard-François Dumont et Jean-Marie Guilloux, « Développement des territoires ruraux. Expérimentation prospective dynamique dans le département de la Creuse », 2018, p.9.

C'est indéniablement un département rural. L'agriculture y a une place prédominante : la part des emplois dans ce domaine était de 12,5% en 2017 contre seulement 7,4% pour l'industrie²¹.

La Creuse est aussi un département avec un taux de pauvreté relativement élevé. Celui-ci était de 18,7 % en 2018²² pour une moyenne française de 14,8 % la même année²³.

L'éclatement du territoire a pour conséquence l'éloignement, pour les habitants, des services et des équipements²⁴, l'enclavement numérique étant un exemple concret.

Néanmoins, la Creuse a aussi de nombreux atouts à ne pas négliger. La crise sanitaire actuelle en a d'ailleurs fait ressortir quelques-uns. C'est d'abord un département peu peuplé, et donc un havre de paix potentiel pour les citoyens rêvant de verdure, de calme et d'une grande qualité de vie. Proche de plusieurs grandes villes comme Limoges, Clermont-Ferrand et Poitiers, le département n'est pas trop éloigné de la Paris : seulement 3h30 en voiture. C'est aussi un marché immobilier très attractif, la Creuse compte une grande partie de résidences secondaires, le marché a d'ailleurs connu un essor dû, une fois de plus, en partie à la crise sanitaire.

Avec l'essor du télétravail, la Creuse a su transformer en qualités les défauts d'hier. Le déploiement d'un Pass Numérique, sur le modèle d'un chéquier de type « chèque déjeuner » permet aux personnes éloignées des usages du numérique de pouvoir suivre des ateliers sur tout le territoire creusois.

En effet, pallier à cet enclavement numérique, c'est aussi attirer de nouvelles entreprises sur le territoire creusois. En développant, par exemple, le tourisme vert et culturel ainsi qu'en soutenant les fleurons de l'industrie déjà établis dans le département, notamment en matière de domotique et de design²⁵.

Si une installation en Creuse peut être une aubaine pour les entreprises, c'est parce qu'un véritable marché professionnel s'ouvre désormais aux entrepreneurs. Les sociétés spécialisées dans l'informatique et les techniques de pointe peuvent aujourd'hui songer à s'installer en Creuse. L'élément décideur étant souvent le prix des loyers, bien plus abordables que dans les grandes villes françaises. L'augmentation massive des Data Centers en France est le résultat d'une utilisation toujours plus importante d'Internet. Les entreprises se doivent donc de disposer d'espaces dédiés pour stocker leurs données, le

²⁰ INSEE, « La Creuse à grands traits - Insee Analyses Nouvelle-Aquitaine - 8 », (consulté le 10 mars 2021).

²¹ INSEE, « Comparateur de territoire – Comparez les territoires de votre choix - Résultats pour les communes, départements, régions, intercommunalités... | Insee », (consulté le 10 mars 2021).

²² INSEE, « La Creuse à grands traits - Insee Analyses Nouvelle-Aquitaine - 8 », op.cit.

²³ INSEE, « Pauvreté – France, portrait social | Insee », (consulté le 10 mars 2021).

²⁴ Direction Départementale des territoires de la Creuse, « Présentation de la ruralité en Creuse: De l'éloignement au développement », (consulté le 24 février 2021).

²⁵ Département de la Creuse, « Plan particulier pour la Creuse », Conseil Départemental de la Creuse, 2018.

département devrait d'ailleurs être 100% fibré d'ici 2024, ce qui permettrait un télétravail encore plus développé.

1.4.2. L'importance du partenariat

La Bibliothèque Départementale de Creuse agit beaucoup en partenariat, que cela soit avec les communes, avec les libraires des départements ou encore avec les EHPADs de la région.

Pour commencer, il faut savoir que si les Bibliothèques Départementales sont aujourd'hui très impliquées dans des projets visant à venir en aide aux communes, c'est d'abord grâce à la décentralisation. Les départements sont libres de définir leurs propres politiques de lecture publique ainsi que leurs conventions de partenariats avec les communes. Les BD ont un rôle « d'interlocuteurs » entre les communes et le Conseil Départemental.

La BDC peut aider les communes de différentes façons. Cela peut-être avec la création d'une bibliothèque, son déménagement ou encore son agrandissement. J'ai d'ailleurs pu assister à l'informatisation, avec le logiciel Waterbear, d'une bibliothèque qui venait de déménager, sur la commune de Saint-Dizier-Masbaraud. La BDC peut aider les communes avec diverses subventions, notamment pour la création d'emplois et l'informatisation (aide pour acheter un ordinateur par exemple). Elle prête également du mobilier pour les bibliothèques le souhaitant. D'ailleurs, une importante partie des bibliothèques du réseau est meublée grâce à la BDC.

La mission de la Bibliothèque Départementale est donc d'aider les bibliothèques à se développer en leur assurant soutien logistique, rééquilibrage des collections ainsi que la formation des personnels, qu'ils soient salariés ou bénévoles²⁶.

Elle a aussi à cœur de soutenir le secteur du livre, en travaillant avec les librairies creusoises (La Licorne à Aubusson ainsi que Les Belles Images à Guéret). C'est ainsi que, par exemple, toutes les BD jeunesse et adultes sont commandées auprès de la librairie La Licorne.

La BDC travaille aussi en partenariat avec les écoles, notamment à travers le festival bisannuel *Mômes à la page*. C'est le secteur jeunesse qui s'occupe de travailler en relation avec l'Education Nationale, notamment pour mettre en place des ateliers entre des classes volontaires et les auteurs participant au festival.

Elle est aussi amenée à travailler avec les EHPAD, les bibliothécaires du réseau ont d'ailleurs créé plusieurs valises adaptées aux personnes âgées et qui circulent dans les établissements de la région. Celles-ci sont constituées de livres en grands caractères, de fonds local (documents écrits ou parlant du département de la Creuse ou de l'ancienne région Limousin) ainsi que des livres audio.

Il est aussi nécessaire d'évoquer le sujet de la desserte et de ses enjeux. Même si un grand nombre d'évolutions ont marqué les Bibliothèques Départementales depuis leur création, la desserte du territoire reste la mission principale.

²⁶ M. Blanchard, « Quelles missions pour les bibliothèques départementales de prêt ? », op.cit.

Pour cela il existe trois moyens. D'abord le Bibliobus, qui desservait l'ensemble du réseau de manière hebdomadaire, mais qui est à l'arrêt depuis plus d'un an en raison des conditions sanitaires actuelles. Ensuite, il y a, bien sûr, les navettes hebdomadaires qui permettent de répondre aux demandes de réservations des bibliothèques. Pour terminer, il est aussi prévu de réapprovisionner le fonds documentaire des structures du réseau de façon plus conséquente, une fois dans l'année.

La notion de partenariat est d'autant plus importante lorsque les bibliothécaires viennent directement à la BDC afin de renouveler leur fonds. S'instaure alors un échange avec l'agent responsable du territoire en question. La venue à la Bibliothèque Départementale permet de cibler exactement les besoins de chaque bibliothèque²⁷. La venue à la Bibliothèque Départementale des salariés et bénévoles du réseau permet aussi la découverte de toutes les missions et actions de la BDC, comme par exemple les formations qu'elle organise tout au long de l'année.

²⁷ Mylène Ravereau, « Nouveaux enjeux et défis des bibliothèques départementales », thèse, Enssib, Lyon, 2019.

2. La communication au sein de la BDC : outils et procédés existants

2.1. Les enjeux de la communication en Bibliothèque Départementale

2.1.1. Communication interne vs. externe

Il est tout d'abord important de bien comprendre la différence entre les termes d'information et de communication. Si l'information est « l'action de diffuser un contenu », on peut définir la communication comme « l'action d'établir une relation avec d'autres personnes et groupes de personnes [...] de mettre en place un moyen, des techniques, pour transmettre ces informations²⁸. »

On peut aussi en donner une définition plus précise en définissant la notion de communication publique, qui, elle, regroupe « l'ensemble des actions de communication engagées par les institutions publiques, la communication des organismes assurant une mission de service public et la communication des collectivités locales²⁹. »

Les enjeux de cette communication publique sont multiples. Il s'agit, entre autres, d'informer sur les actions menées, de soutenir les initiatives locales ainsi que d'engager un dialogue avec les citoyens.

Après avoir fait un bref point sur ce qu'est la communication, il est important d'en définir deux aspects : la communication interne et la communication externe. Il faut distinguer la communication interne, à destination des personnels avec la communication externe qui, elle, s'adresse à des publics qui n'en font pas partie et notamment au grand public³⁰.

Pour Appel, Boulanger et Lacote-Gabrysiak, il est souvent dit que la communication externe s'appuie sur l'interne, alors que celle-ci est souvent négligée. Pour elles, « le personnel est en effet le premier relais de communication d'une organisation et son implication dans l'organisation dépend pour partie de la considération qu'on lui porte, ce qui passe indubitablement par une information privilégiée et toujours première³¹. »

Pour les enjeux de la communication interne, Marie Mortier évoque d'abord l'importance d'avoir le même niveau d'information pour tous les employés interne à une structure, ensuite, elle peut valoriser le travail effectué par chacun et enfin « permettre le développement de collaborations entre les équipes et le service de Communication ».

Plusieurs outils sont possibles dans la communication interne. On distingue d'abord, pour ce qui est du présentiel :

- des publications au sein du journal intranet ;
- des évènements ponctuels tels que des « matinées projet » .

Pour le numérique, cela pourra passer par :

²⁸ M. Mortier, « Communication & bibliothèques », op.cit.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ V. Appel, H. Boulanger et L. Lacote-Gabrysiak, « 1. Instaurer une culture de la communication dans les bibliothèques », op.cit.

³¹ *Ibid.*

- l'intranet de l'établissement ;
- la boîte mail avec une newsletter³².

Quant aux enjeux de communication externe, il s'agit d'abord d'œuvrer pour « toucher de nouveaux publics » et surtout « fidéliser » le public existant, de promouvoir sa structure et la mettre en valeur que cela soit en travaillant sur son image ou en communiquant sur ses actions au quotidien. Il s'agit de « fluidifier l'information vers le public ».

Concernant les outils pouvant être mis en place, on peut évoquer les suivants :

- réseaux sociaux et sites internet ;
- relations avec la presse afin de bénéficier d'une couverture médiatique ;
- valorisation des animations et actions mises en place (ex : mise en place de livrets de formations ou d'animations)³³.

2.1.2. Une communication adaptée à chaque type de public

2.1.2.1. Bibliothécaires du réseau

En 2019, le réseau desservi par la Bibliothèque Départementale était composé de 238 bénévoles pour 54 salariés. Plus de 80 % des bibliothécaires creusois sont donc bénévoles. Il est primordial de noter que ce sont ses bénévoles qui font vivre le réseau des bibliothèques creusoises. La Charte des Bibliothécaires volontaires, rédigée par le Conseil supérieur des bibliothèques en 1993 insiste d'ailleurs sur le travail indispensable et complémentaire des bénévoles³⁴.

La communication avec les bibliothèques du réseau se fait d'abord à travers les référents territoires, que ce soit par mail ou par téléphone. Les informations peuvent aussi remonter grâce à la navette hebdomadaire, dans laquelle peuvent être glissés des documents. Le portail de la BDC est un outil qui est bien pris en main par les bibliothécaires et bénévoles du réseau : en 2019, 66% des bibliothèques effectuaient leurs réservations en ligne³⁵. C'est donc un bon outil de communication, même s'il mériterait d'être remis au goût du jour pour corriger certains dysfonctionnements (notamment un grand manque d'ergonomie).

Le livret de formation annuel est également une voie de communication possible. Il est distribué à toutes les bibliothèques en début d'année et récapitule toutes les formations proposées par la BDC. C'est d'ailleurs un outil qui pourrait être encore plus exploité, comme nous le verrons un peu plus loin.

³² M. Mortier, « Communication & bibliothèques », op.cit.

³³ *Ibid.*

³⁴ Conseil supérieur des bibliothèques, « Charte du bibliothécaire volontaire », p. 1.

³⁵ Direction de la lecture publique, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, op. cit.

2.1.2.2. Élus

Les élus ont un rôle déterminant dans la place réservée aux bibliothèques municipales. L'existence, le développement ou la fermeture d'une bibliothèque peut dépendre de la « sensibilité des élus » à la culture et à la vie culturelle de sa ville³⁶.

Les bonnes relations de la Bibliothèque Départementale avec les élus et notamment les maires sont donc primordiales. Il est nécessaire de faire connaître les missions ainsi que les actions de la BDC, qui sont, en général, souvent méconnues des élus car il s'agit souvent d'un « travail de l'ombre » en partenariat avec les bibliothèques du réseau. Une bonne communication est donc indispensable.

Pour Corinne Sonnier « un réseau qui se rend visible auprès des administrés par ses actions culturelles par exemple, se rend également visible auprès des élus³⁷ » Se rendre visible auprès des élus c'est donc aussi communiquer, directement auprès de la population, que cela soit à travers des canaux de diffusion tels que les réseaux sociaux, les sites internet, les affiches et autres animations. Corinne Sonnier considère les Bibliothèques Départementales comme des « actrices de terrain » puisqu'elles sont au contact quotidien avec les bibliothèques de leur réseau, notamment grâce aux référents de territoires³⁸.

Pour assurer la lisibilité des actions de la Bibliothèque Départementale, il est important de toujours rester informé quant à l'arrivée de nouveaux élus au sein des collectivités. En effet, tous n'ont pas le même « degré de connaissance » des missions d'une BD. La communication doit donc toujours être une priorité³⁹.

Le Plan départemental pour le développement de la lecture publique, ainsi que le rapport d'activités annuel sont aussi des outils de choix pour faire prendre conscience aux élus ainsi qu'aux tutelles des actions menées par la Bibliothèque Départementale. Pour Thomas Violet, le rapport d'activités répond à des objectifs internes : rendre compte de ses activités à sa tutelle, avoir une vue d'ensemble du travail effectué sur une année mais aussi permettre au personnel de l'établissement d'avoir des informations sur les données. Il répond aussi à des objectifs externes : notamment la communication avec « hiérarchie, usagers, services annexes et partenaires⁴⁰ » Néanmoins, sa longueur (une trentaine de pages) peut être un frein à sa lecture. La communication avec les élus, tout au long de l'année, reste donc la meilleure façon d'assurer une bonne circulation des informations.

2.1.2.3. Les tutelles

Et si une bonne communication avec la tutelle était la clé d'une bonne communication avec le réseau ?

³⁶ Valérie Lépine et Marie-France Peyrelong, « Aux frontières de deux métiers : les compétences communicationnelles en jeu dans les bibliothèques », *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, n° 41 (1 juin 2012):pp. 63-73,

³⁷ Corinne Sonnier, « 3. Être prêt pour l'action : les bibliothèques départementales de prêt », in *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, éd. par Jean-Philippe Accart, La Boîte à outils (Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2017), pp. 58-66,

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Thomas Violet, *Produire un rapport d'activités : Pourquoi ? Comment ?*, Mémoire, Enssib, 2016, 144 p.

Il peut être difficile, pour une Bibliothèque Départementale, de convaincre sa tutelle de mettre en place de nouveaux outils, notamment numériques. En effet, si le service Communication et le service Informatique sont souvent assez réservés sur le sujet, c'est d'abord parce que le service Communication estime que cela n'est pas forcément de son ressort tandis qu'au service Informatique, des interrogations concernant la sécurité du réseau seront mises en avant.

Cette réticence des tutelles à faire évoluer les choses peut notamment être expliquée, une fois de plus, par la méconnaissance des missions et actions d'une Bibliothèque Départementale, qui évoluent indéniablement, et qui ne s'arrêtent pas à du prêt /retour. Les bibliothécaires ont peut-être eux aussi un « discours parfois trop technique [...] qui tiennent pour acquis certains éléments qu'il leur aurait fallu expliciter »⁴¹.

Un autre frein au développement de la communication numérique vient du fait que les tutelles considèrent qu'il est nécessaire de communiquer sous une identité unique⁴².

La confiance et la liberté de parole qui peut être attribuée par la tutelle semblent donc être la clé d'une stratégie de communication efficace. Néanmoins, il est nécessaire de ne pas oublier les règles fondamentales du service public : réserve, modération et neutralité⁴³.

Si la mise en œuvre d'une stratégie digitale paraît essentielle, pour faire entendre les « bénéfices » à en tirer, à la tutelle, il est nécessaire de faire du « *reporting* » c'est-à-dire, lui faire régulièrement remonter des données statistiques telles que le taux d'engagement ou l'évolution du nombre d'abonnés⁴⁴. De plus, le rapport d'activité annuel est aussi un outil de communication envers les tutelles, celui-ci inventorie quelques-unes des missions de la Bibliothèque Départementale.

Il ne faut pas perdre de vue le fait que la mise en place de nouveaux outils informatiques a aussi pour conséquence le rayonnement de la BD ainsi que des petites bibliothèques du réseau, et donc le rayonnement de la tutelle⁴⁵.

2.1.2.4. Grand public

Même si les Bibliothèques Départementales n'ont pas pour vocation première l'ouverture au grand public, mais l'accès aux livres et la desserte de tous les publics, de plus en plus de structure s'ouvrent au plus grand nombre. C'était déjà le cas de 14 BD en France en 2019⁴⁶.

⁴¹ Gaël Revelin, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 », in *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, éd. par Jean-Philippe Accart, La Boîte à outils (Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2017), pp.134-37.

⁴² Romain Gaillard, « Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale : Identité et marque sur les réseaux sociaux », in *Personnaliser la bibliothèque : Construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation*, éd. par Jean-Philippe Accart, La Boîte à outils (Villeurbanne: Presses de l'enssib, 2020), pp.147-58.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ G. Revelin, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 », *op.cit.*

⁴⁶ M. Ravereau, *Nouveaux enjeux et défis des bibliothèques départementales*, *op. cit.*

La Bibliothèque Départementale de la Creuse ne cherche pas à s'ouvrir au public, mais à être connue par le plus grand nombre. Les actions et missions de cette branche du Conseil Départemental sont, en effet, très méconnues.

Par grand public, on entend aussi des partenaires potentiels qui n'ont pas forcément d'accointance avec cette structure.

Le réseau des bibliothèques creusoises n'étant informatisé qu'à 60%, le portail de la BDC est un outil qui n'est pas seulement consulté par les professionnels et les bibliothécaires du réseau, mais aussi par le grand public qui peut en consulter le catalogue, à défaut de pouvoir consulter celui de sa bibliothèque municipale.

En plus de ce catalogue en ligne, on y retrouve des informations quant aux différentes animations proposées dans le réseau, ainsi que les coups de cœurs des bibliothécaires par exemple. C'est donc un outil de communication à ne pas négliger.

2.2. Etat des lieux de l'existant

2.2.1. Les outils numériques : à la recherche d'une identité propre

Quelques outils de communication numérique existent déjà au sein de la BDC, néanmoins la plupart d'entre eux dépendent du Conseil Départemental : la BDC ne dispose pas d'une identité propre.

Tout d'abord, la page Facebook, Twitter ainsi que le compte Instagram de la Creuse relaient, ponctuellement, certaines des actions menées par la Bibliothèque Départementale. A titre d'exemple, les réseaux sociaux du département ont récemment fait la promotion de l'opération *Mon Premier Livre* visant à offrir un livre à tous les bébés nés ou adoptés en Creuse.

Le Conseil Départemental possède aussi une chaîne YouTube. C'est un outil qui intéresserait d'ailleurs grandement le secteur jeunesse qui aurait de nombreuses propositions, notamment pour promouvoir son festival bisannuel *Môme à la Page*.

La BDC possède son portail en ligne, regroupant son catalogue, des informations pratiques, une boîte à outils ou encore les nouveautés et les coups de cœur des bibliothécaires.

Elle possède aussi une liste de diffusion interne permettant une communication optimale entre les 17 agents de la bibliothèque.

En ce qui concerne la communication interne, un espace intranet est aussi disponible pour tous les agents du Conseil Départemental, on y retrouve facilement toutes les actualités des départements, ainsi qu'une multitude d'outils mis à la disposition de tous les personnels.

2.2.2. Les divers outils physiques : entre communication, institution et événementiel

Concernant les outils de communication physique déjà existants, on peut d'abord citer le rapport d'activité annuel du réseau des bibliothèques de la Creuse. C'est un rapport qui est établi grâce aux statistiques fournies par toutes les bibliothèques et grâce aux données de l'Observatoire de la lecture publique.

La Bibliothèque Départementale publie aussi, annuellement, un livret de formation qui est disponible aussi bien en version physique que digitale. Celui-ci est distribué en début d'année à toutes les bibliothèques du réseau. Il regroupe toutes les formations dispensées par la BDC au cours de l'année.

Chaque année, le secteur adulte organise un comité de lecture auquel toutes les bibliothèques du réseau peuvent participer en soumettant leurs chroniques sur un roman faisant partie de la rentrée littéraire. Ce comité a lieu dans une des bibliothèques du réseau et donne naissance à un livret regroupant toutes les chroniques, qui est distribué dans tout le réseau. C'est, en outre, l'occasion pour les bibliothécaires de se rencontrer, de voir d'autres bibliothèques et d'autres méthodes de travail ainsi que d'échanger sur leurs expériences.

Le dernier outil de communication dont dispose la BDC n'est utilisé que lors de manifestations, de rencontres ou de festivals : il s'agit de *roll-ups* (affiches autoportantes sur enrouleur) à l'effigie de la Bibliothèque Départementale et reprenant le logo du département.

2.2.3. Forces et faiblesses

Points forts :

La Bibliothèque Départementale possède certains points forts en matière de communication. Le plus important étant la qualité du maillage sur l'ensemble du territoire creusois. En 2019, 81% de la population du département disposait d'un service de lecture dans sa commune ou territoire intercommunal, un chiffre important pour un territoire rural et éclaté dont la moyenne d'habitants au km² était de 21,3 en 2017 pour une moyenne nationale de 105,1.

Le département est découpé en six secteurs et chacun des six référents territoires s'occupe de son propre secteur. Le responsable de secteur est l'intermédiaire direct et privilégié des bibliothécaires, qui peut être sollicité pour des créations ou réaménagements de bibliothèques, des questions concernant les subventions accordées par la BDC, les réservations de documents ou encore des problématiques liées à l'informatique.

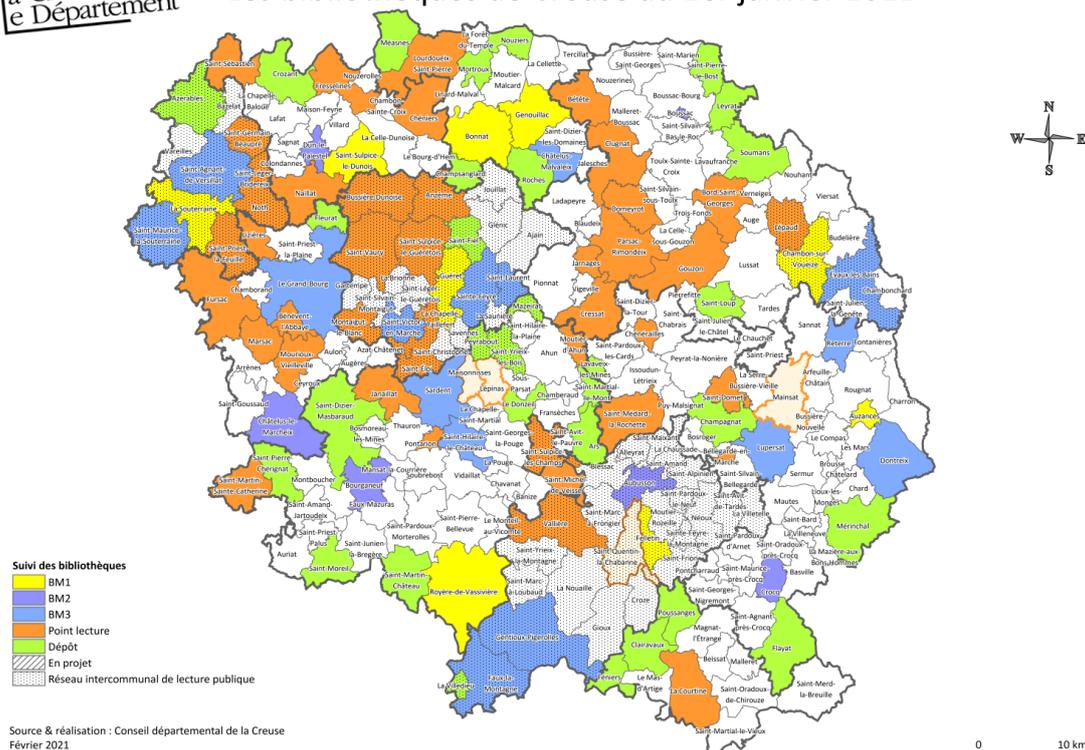


Figure 3 : La Creuse en 6 secteurs

En plus de posséder un très bon maillage, le réseau des bibliothèques est aussi particulièrement actif concernant les réservations faites via le site de la BDC. En effet, en 2019 « 66 % des bibliothèques y ont effectué 83 % des réservations⁴⁷. » C'est la preuve de l'importance de cet outil de communication dont la refonte semble nécessaire afin d'en tirer pleinement profit.

Points faibles :

Même s'il trouve sa place dans les points forts, le portail de la BDC est aussi un de ses points faibles. Celui-ci, en plus de manquer de clarté et d'ergonomie, peut-être, par moments, extrêmement lent. C'est le cas pour l'affichage du catalogue par exemple, ce qui peut devenir un frein pour les bibliothèques voulant faire leur panier en ligne.

De plus, le site n'est pas *responsive*⁴⁸, ce qui devrait être le cas en 2021, surtout lorsque l'on sait que les utilisateurs passent de plus en plus de temps sur leur mobile, en délaissant progressivement les ordinateurs... Selon les chiffres issus du Baromètre du numérique, depuis 2019, l'équipement des Français en smartphone dépasse l'équipement en

⁴⁷ Direction de la lecture publique, *op. cit.*

⁴⁸ Site *responsive* : de l'anglais RWD *responsive web design*, qui vise à offrir une consultation optimale sur tous les écrans (tablette, smartphone...)

ordinateur : 77% contre 76%. Le taux d'équipement en ordinateur est d'ailleurs en déclin constant depuis 2013⁴⁹.

Concernant l'accessibilité numérique, le portail de la BDC n'est pas aux normes de la loi votée en février 2005, et n'est donc pas accessible aux personnes atteintes de certains handicaps. Il n'est pas non plus conforme au RGPD (règlement général sur la protection des données).

Le troisième point faible vient du fait que la grande partie de la communication numérique ou physique de la BDC dépend de la tutelle qui ne juge pas pertinent que celle-ci ait une identité propre. Le festival bisannuel *Mômes à la Page* ne possède aujourd'hui ni site internet dédié, ni onglet dédié sur le site du conseil départemental ou le portail de la BDC. Elle ne dispose pas non plus de blog, ni de réseaux sociaux. Cela paraît surprenant lorsque l'on sait que l'édition 2021 sera une édition 100% virtuelle.

2.3. Vers une évolution des pratiques de Communication ?

2.3.1. Un « besoin » d'évolution

Avant même l'apparition de la notion de réseau de bibliothèques, la première fonction des Bibliothèques Départementales fut la diffusion du livre dans les zones rurales.

C'est une mission qui paraît remplie de manière satisfaisante puisqu'en en 2019, 81% de la population creusoise disposait d'un service de lecture au sein de leur commune ou territoire intercommunal⁵⁰. Une grande majorité de ces petites bibliothèques rurales n'ont pas ou très peu de budget et s'appuient exclusivement sur les aides de la BDC (ex : subventions, prêt de mobilier) et non pas non plus de fonds documentaire propre. Il y a une réelle nécessité d'informatiser toutes ces petites bibliothèques : seulement 60% l'étaient en 2020. D'abord, dans un but de simplification de toutes les fonctions répétitives inhérentes au fonctionnement d'une bibliothèque : prêts, retours, réservations, statistiques. De plus, le réseau étant très majoritairement composé de bénévoles, l'informatisation grâce à un logiciel libre de droits comme Waterbear permet aussi aux référents de territoire de pouvoir prendre la main en cas de soucis techniques.

Pour Albane Lejeune, la réinformatisation d'une bibliothèque est aussi une réflexion de fond pour fédérer un réseau de bibliothèques et leur faciliter la vie. Cela se traduit par un gain de temps pour les bibliothécaires « traitement documentaire, inscription des usagers, suivi du SIGB, rapport du SLL, etc⁵¹. » ainsi que des gains économiques. Néanmoins les véritables gains se mesurent sur le plus long terme, ce qui peut parfois être difficile à admettre pour les

⁴⁹ ARCEP, Conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies, et Mission Société Numérique, « Baromètre du numérique 2019 », 2019.

⁵⁰ Direction de la lecture publique, *op. cit.*

⁵¹ Albane Lejeune, « Informatiser pour créer le réseau : le SIGB outil d'un projet fédérateur dans l'agglomération de Saint-Brieuc » dans Anna Svenbro (ed.), *Réinformatiser une bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'enssib, 2019, p. <https://books.openedition.org/pressesenssib/6642?lang=fr>, (consulté le 23 mars 2021).

tutelles. Il est d'ailleurs certain que la crise sanitaire a fait s'accélérer les choses : le *click and collect* par exemple a été difficile, voire impossible à mettre en place pour les bibliothèques non-informatisées.

2.3.2. Risques encourus à laisser les choses telles quelles

Sur les 60% de bibliothèques informatisées en Creuse, la majorité ne possède pas de site internet dédié avec un catalogue afin de permettre à leurs lecteurs de pouvoir réserver en ligne. Pourtant, la présence en ligne des bibliothèques est aujourd'hui primordiale. En 2015, 75% des bibliothèques municipales françaises avaient un site internet dédié.⁵²

L'autre intérêt de la réservation en ligne, c'est pour les publics, et particulièrement les personnes qui travaillent : elles peuvent de chez elles, faire leurs sélections et venir la récupérer à un moment convenu. Sachant que les petites bibliothèques ne sont souvent ouvertes que quelques heures par semaine...

Comme évoqué précédemment, les bibliothèques qui n'ont pas leur catalogue disponible pour leurs usagers prennent le risque, lors de crises sanitaires de perdre une partie de leurs lecteurs.

Aujourd'hui, il est très compliqué pour une Bibliothèque Départementale d'envisager une communication efficace sans une présence sur les réseaux sociaux.

La ruralité et l'enclavement du territoire creusois n'apparaissent pas comme un frein au développement des petites bibliothèques, c'est au contraire un département avec un maillage extrêmement développé.

2.3.3. Tableau récapitulatif des outils de communication existants

Tableau 3 : Tableau récapitulatif des outils de communication existants

Outils de communication digitale	Outils de communication « physique »
<ul style="list-style-type: none"> - Portail Intranet destiné au personnel du Conseil Départemental. - Rapport annuel d'activités. - Calendrier des formations de la BDC. - Livret annuel de la rentrée littéraire composé de chroniques des bibliothèques du réseau. - Liste de diffusion interne à la BDC. - Site internet de la Bibliothèque Départementale. - Page Facebook, Instagram, compte Twitter et chaîne YouTube du 	<ul style="list-style-type: none"> - Rapport annuel d'activités. - Calendrier des formations de la BDC. - Comité de lecture : livret annuel composé de chroniques des romans de la rentrée littéraire. - <i>Roll-ups</i>.

⁵² Ministère de la Culture, *Numérique et bibliothèques*, <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-lecture/Bibliotheques/Numerique-et-bibliotheques>, (consulté le 25 février 2021).

2.4. Travaux réalisés au cours de ce stage

Au cours de ce stage, plusieurs outils ont été mis à ma disposition. D'abord, les rapports d'activités 2018 et 2019, puis le plan départemental pour le développement de la lecture publique (2011-2016). J'ai aussi eu accès à de nombreux documents concernant le catalogage, le prêt entre bibliothèques ainsi que des documents relatifs à la lecture publique.

2.4.1. Création de « fiches secteurs »

Le thème de mon stage étant la mise à plat des procédés et outils de communication de la BDC, le premier travail sur lequel je me suis concentrée fut la création de fiches pour chaque secteur (adultes, jeunesse, audiovisuel, équipement, logistique et administration). Celles-ci détaillent les missions de chaque agent ainsi que leurs besoins en outils de communication.

Pour rédiger ces fiches, j'ai pu passer du temps dans chaque secteur, afin d'en savoir un peu plus sur les besoins de chacun en termes de communication, qu'elle soit physique ou numérique.

Cette fiche m'a permis de me défaire de certains *a priori* que je pouvais avoir concernant les outils de communication nécessaires au sein de la BDC. En arrivant, je m'imaginai qu'il était plus que nécessaire de travailler au développement des réseaux sociaux (notamment Facebook et Instagram) alors qu'en réalité, même si le développement du numérique est toujours une nécessité, des outils physiques sont aussi à développer.

En effet, ces « fiches secteurs » ont donné naissance à deux autres documents récapitulant les besoins en outils de communication selon qu'ils soient « physiques » ou « numériques ».

Ce fut l'occasion de me rendre compte que certains besoins étaient partagés par plusieurs secteurs. Je pense notamment à la création d'une page Facebook indépendante du Conseil Départemental (à condition qu'elle soit réellement alimentée), d'un document général récapitulant les missions de la BDC, d'un document récapitulant les outils d'animation pouvant être prêtés par la Bibliothèque Départementale et enfin la refonte du portail, qui, en plus d'un problème d'ergonomie, a de nombreux soucis, notamment en ce qui concerne le *mailing*.

2.4.2. Elaboration d'une plaquette de présentation des missions de la BDC

En faisant le point sur les besoins ressortis des entretiens avec chaque secteur, l'élaboration d'une plaquette de présentation des missions de la BDC est apparue comme nécessaire. C'était une demande des secteurs jeunesse et adulte ainsi que de la direction.

En partant du postulat que les missions et actions des Bibliothèques Départementales sont souvent méconnues du grand public, et même des élus, l'idée est née d'élaborer une plaquette récapitulative à destination du plus grand nombre.

En effet, lors de journées professionnelles, de festivals comme *Mômes à la Page* ou *Coquelicot*, ou bien encore de réunions avec des élus, les agents de la BDC se retrouvaient jusqu'à présent sans plaquette dédiée afin de pouvoir expliquer leurs missions et actions.

Pour son élaboration, j'ai pu m'inspirer de nombreux documents mis à ma disposition et notamment des rapports d'activités 2018 et 2019 ainsi que du Plan départemental pour le développement de la lecture publique dans la Creuse.

Cette plaquette étant d'abord destinée à un public néophyte, elle se veut facile d'accès et sans vocabulaire ni jargon spécifique aux métiers du livre.

Le triptyque réalisé, présente brièvement l'équipe, les missions et rôles de la BDC, son engagement pour le développement de la lecture à tous les publics, quelques chiffres importants ainsi qu'une page dédiée au parcours d'un document de sa commande à son départ vers une des bibliothèques du réseau. J'ai été guidée durant toutes les étapes et les différentes versions de cette plaquette par Agnès Rouet, mon maître de stage, qui m'a beaucoup aidée, notamment, dans le choix entre les informations qui étaient pertinentes et celles qui l'étaient moins.

La version finale de ce document a ensuite été transmise au secteur Communication du Conseil Départemental qui devra se charger de la mise en forme finale et d'inclure quelques infographies.

2.4.3. Réalisation d'un livret d'animation

La Bibliothèque Départementale de Creuse totalise 200 000 documents. On y trouve des classiques : des romans, des documentaires, de la poésie, du théâtre, un fonds local, des CD, DVD et autres textes lus, mais aussi des supports plus méconnus du grand public et insuffisamment réservés par les bibliothécaires.

Le but de ce livret étant de répertorier tous les supports pouvant être prêtés aux bibliothèques, j'ai commencé par faire un inventaire de tous les supports d'animation.

J'ai donc inclus dans ce livret les *Kamishibais* (technique de contage japonaise. Il s'agit de faire défiler des illustrations devant des spectateurs, le mot « *Kamishibai* » signifie d'ailleurs « théâtre de papier »), expositions, valises thématiques, marionnettes, jeux de société, instruments de musique, matériel multimédia, tapis de lecture ainsi que du matériel pour les bébés lecteurs.

Après avoir fait une version d'une quarantaine de pages détaillant chaque document disponible dans la BDC, j'en ai réalisé une seconde mouture, cette fois-ci grandement allégée. Elle présente chaque support en quelques phrases et chiffres.

Ce livret allégé serait disponible en version papier, peut-être en association avec le livret de formation annuel et sur l'exemple de la Bibliothèque Départementale de l'Indre. Cela permettrait aux bibliothèques du réseau d'avoir les deux documents regroupés en un seul, sachant que le livret est distribué à chaque début d'année. Même si les bénévoles ont pour la plupart suivi une formation de la BDC notamment dans la gestion d'une petite bibliothèque, et ont été informés des supports pouvant être prêtés, cela pourrait servir de « piquêre de rappel ».

Dans un second temps, le livret d'animation devrait servir de base pour l'élaboration de rubriques dédiées sur le portail de la BDC, afin de travailler sur la visibilité des collections. Néanmoins, la Bibliothèque Départementale envisageant un changement de SIGB d'ici à la fin de l'année 2021 ou le début de 2022. Le portail devrait être complètement remanié et il serait donc plus avisé d'attendre jusque-là avant d'y intégrer le catalogue d'animation : ce qui représente un travail conséquent, notamment en matière de désherbage.

2.4.4. Autres tâches effectuées

Outre mon sujet de stage sur la mise à plat des outils de communication, j'ai eu l'occasion de pouvoir être immergée dans la vie de la Bibliothèque Départementale et de participer à la plupart des tâches inhérentes à son fonctionnement.

Ainsi, j'ai pu faire du catalogage de documentaires, et participer à la création d'une valise thématique dédiée aux loisirs créatifs ainsi que participer à la réception et à la vérification des commandes reçues.

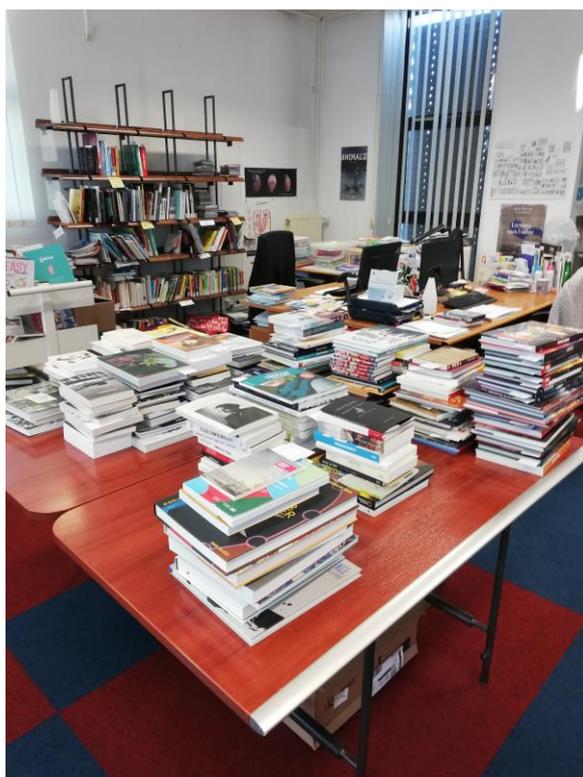


Figure 4 : Réception et vérification des commandes reçues

J'ai aussi fait des « réservations web », qui consistent à aller récupérer en magasin les documents demandés chaque jour par les bibliothèques du réseau. J'ai ensuite participé à la préparation des navettes de prêt et aux retours des navettes revenant du réseau ainsi qu'au rangement en magasin.



Figure 5 : Retour de documents en provenance du réseau

J'ai également fait un peu d'équipement en préparant des caisses de transport pour les navettes.

Grâce à Natacha Lavergne du secteur jeunesse, j'ai eu la chance de participer à la création de l'édition virtuelle de *Mômes à la Page*. J'ai ainsi pu être présente à toutes les réunions d'équipe.

Pour faire la promotion de l'opération *Mon Premier Livre*, j'ai réalisé plusieurs maquettes de post Instagram. J'ai aussi participé à l'envoi des livres aux familles.

Afin de mieux faire connaître la BDC au grand public, j'ai aussi travaillé sur un script pour une vidéo de présentation de l'établissement, qui ressemblerait à une sorte de « parcours du livre » de sa commande à son arrivée dans une bibliothèque du réseau.

J'ai aussi pu faire de la vérification ainsi que du retour de matériel audio (CD, DVD et livres audio) et de valises thématiques qui revenaient à la BDC.

J'ai eu la chance de pouvoir visiter plusieurs bibliothèques du réseau et rencontrer certains élus, notamment à Champagnat, Royère-de-Vassivière, Le Grand Bourg, Maisonnisses et Saint-Dizier-Masbaraud.

Pour le secteur adulte, j'ai procédé à un état des lieux des expositions (en fonction des dates d'achats, et des prêts les plus récents).

Pour terminer, la BDC envisageant très prochainement un changement de SIGB, j'ai eu l'occasion d'assister à trois présentations de différents SIGB : Syrtis, Koha et Orphée.

3. Perspectives d'évolution de la communication

3.1. Réflexion autour d'une stratégie pour un développement de la communication

3.1.1. Développement du numérique...

Avec, en 2021, seulement 60 % des bibliothèques du réseau informatisées ainsi qu'un territoire majoritairement rural, il n'est pas possible de ne compter que sur la communication numérique. Néanmoins, celle-ci est indéniablement amenée à prendre une place de plus en plus importante dans les années à venir. Il est donc important de commencer à mettre en place certains outils, dès aujourd'hui, afin de faire évoluer les choses.

L'utilité du numérique est de « rendre visibles » les actions menées par la BDC ainsi que par l'ensemble du réseau des bibliothèques⁵³. Aujourd'hui, l'aspect numérique de la communication n'est pas assez développé, l'exemple le plus flagrant concerne le festival bisannuel *Mômes à la Page* organisé par la Bibliothèque Départementale depuis 2013.

Le festival ne dispose d'aucune communication numérique : pas de site internet, de blog ni de réseaux sociaux. Cela semble étonnant pour un évènement qui se veut 100 % virtuel pour cette édition 2021. La tutelle n'étant pas favorable à ce que le festival puisse disposer d'une identité propre, il doit donc se contenter d'un relais communicationnel partiel par le biais des réseaux sociaux du Conseil Départemental.

L'utilisation ou non d'un réseau social au sein d'un établissement est une décision qui doit se prendre de façon collective. Pour Gaël Revelin : « la stratégie digitale doit être établie en équipe pour en mesurer les objectifs ainsi que les moyens mis en œuvre et le rythme de publication⁵⁴. » En effet, il ne s'agit certainement pas de publier pour publier, ni au contraire, d'abandonner le réseau social durant de longues périodes, ce qui serait contre-productif, car « le risque une fois ces outils adoptés, c'est de ne faire que de l'affichage, de faire de ces outils une utilisation *a minima*. Or, ces outils de médiation, entre le bibliothécaire et son public, entre le bibliothécaire et sa tutelle, sont des outils de communication : ils trouvent leur finalité dans l'échange qu'ils vont provoquer, dans cette socialisation qui les définit⁵⁵. »

Pour Lionel Dujol, les réseaux sociaux sont « des outils de dissémination de l'information institutionnelle qui s'inscrivent dans une stratégie de communication afin de faire mieux connaître l'institution et donner une image moderne de la bibliothèque et de ses agents⁵⁶. » Néanmoins, il ne faut pas s'arrêter aux informations institutionnelles, il est important de susciter l'intérêt des internautes et leur donner envie d'interagir afin qu'ils ne se retrouvent pas perdus devant une « jungle informationnelle ».

Avec le changement de SIGB prévu dans les deux ans à venir, le portail de la BDC (qui était assez peu intuitif, pas du tout adapté à une utilisation sur smartphone, et qui avait beaucoup de soucis techniques, notamment pour le *mailing*) devrait être complètement refondu.

⁵³ G. Revelin, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 », art cit.

⁵⁴ R. Gaillard, « Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale », art cit.

⁵⁵ G. Revelin, op. cit., art cit.

⁵⁶ livbibnum, « Un entretien avec Lionel Dujol », art cit.

3.1.2. Amélioration de la visibilité et de la lisibilité de l'action de la BDC

Quelques changements pourraient être mis en place afin d'améliorer la visibilité de la Bibliothèque Départementale et de ses actions. Tout d'abord, une identité propre qui se distinguerait un peu de celle du Conseil Départemental.

Pour améliorer l'identité graphique de la BDC, un logo pourrait être créé, afin de lui donner une certaine indépendance et qu'elle soit plus reconnaissable, notamment pour le grand public. Néanmoins, cela semble difficile à mettre en place, la Bibliothèque Départementale de la Creuse étant un service du Conseil Départemental. La plaquette réalisée au cours de ce stage sur les missions et actions de la BDC est aussi un outil à utiliser pour obtenir une plus grande visibilité, particulièrement auprès du grand public, pour lequel ce triptyque a d'ailleurs été pensé, car il ne contient aucun vocabulaire technique ou spécifique aux métiers du livre.

3.2. Quelques propositions pour une mise en œuvre de cette stratégie

3.2.1. Création d'une page Facebook

Pour Gaël Revelin, « lorsque l'on parle des outils du Web 2.0, on parle de présence sur les réseaux sociaux⁵⁷. » L'importance de communiquer via les réseaux sociaux est aujourd'hui une évidence, le choix du réseau, lui, est capital. Si Facebook apparaît comme une évidence, c'est parce que c'est aujourd'hui le réseau social le plus fréquenté et qu'il fédère toutes les tranches d'âges. Il est d'abord nécessaire de se définir une cible à laquelle s'adresser. Il s'agira des bibliothécaires, des élus et partenaires de la BDC ainsi que, dans une moindre mesure, du grand public. Via cette page Facebook, il serait intéressant de mettre en avant les missions et actions du quotidien ainsi que le personnel (les « vrais gens ») de la BDC⁵⁸. De plus, cela pourrait être un bon moyen de garder le contact avec les bibliothèques du réseau afin de les « rendre visible » et de servir de vecteur de partage d'expérience entre celles-ci⁵⁹.

Il faut cependant être vigilant : pour que ce projet de création d'une page Facebook soit viable, il faut bien entendu de bonnes relations ainsi qu'une communication efficace avec la tutelle, afin qu'elle accepte de laisser une certaine « liberté de parole » à la BDC. Pour ce faire, il est nécessaire de faire du « *reporting* ».

Pour Romain Gaillard, « la stratégie digitale est la mise scène et la transmission des valeurs portées par la bibliothèque et le service public. Le *reporting* régulier des avis et commentaires aux tutelles, acquéreurs, organisateurs des actions culturelles est d'une importance cruciale. C'est un aspect essentiel pour faire comprendre les bénéfices à retirer d'une stratégie digitale. La consolidation des valeurs ne peut être réelle que si elles font corps avec les agents en présentiel avec les publics, avec leur participation concrète à la production de contenus. Autrement, cette démarche restera artificielle, sans bénéfice réel pour l'appréciation du service public et de ce qu'il apporte à ses usagers⁶⁰. »

⁵⁷ G. Revelin, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 », op.cit.

⁵⁸ R. Gaillard, « Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale », op.cit.

⁵⁹ G. Revelin, op. cit.

⁶⁰ R. Gaillard, op. cit.

Il faut cependant être prudent, les réseaux sociaux n'ont pas pour vocation de remplacer la communication traditionnelle via les affiches, *flyers* et autres marque-pages, mais « sont là en complément. Ils permettent un retour des usagers, un échange⁶¹. » Pour Gaël Revelin, «on doit penser blog et Facebook au moment où l'on pense flyers et affiches. Les informations n'y seront pas rédigées de la même manière, mais le message sera le même, et elles doivent être publiées au même moment⁶².»

Il serait intéressant que le personnel de la BDC soit formé à l'utilisation des réseaux sociaux afin que chacun puisse faire vivre la page Facebook et que cela ne devienne pas l'apanage d'une ou deux personnes⁶³.

Ce projet de création d'une page Facebook dédiée à la structure semble aujourd'hui difficile à mettre en place tant que la Bibliothèque Départementale ne disposera d'une identité propre bien distincte du Conseil Départemental.

3.2.2. Création d'une vidéo de présentation de la structure

Afin de faire découvrir la Bibliothèque Départementale de Creuse au grand public ainsi qu'aux élus est apparue l'idée d'une courte vidéo de présentation. Elle prendrait la forme d'une vidéo de type « parcours d'un document », de la suggestion de commande en passant par le catalogage, l'équipement, la réservation et l'envoi en navette⁶⁴. La caméra filmerait surtout les mains des bibliothécaires, ainsi que quelques plans de dos. Sur le modèle de la vidéo réalisée par la Bibliothèque Départementale de la Haute-Vienne, cette vidéo permettrait d'ouvrir à tous les portes d'un établissement très méconnu de tous.

La vidéo serait assez courte : entre 3 et 4 minutes afin de pouvoir capter l'attention de tous. On pourrait y inclure quelques bulles afin de présenter la Bibliothèque Départementale en tant que telle (magasins, différents secteurs...) mais aussi les différents supports proposés au prêt ou encore les opérations menées par la BDC (*Mon Premier Livre, Mômes à la Page*).

En effet, depuis quelques années, les bibliothèques portent un intérêt particulier au concept de « capsule vidéo ». Il s'agit de très courtes vidéos (moins de 5 minutes) sur un sujet ou un thème particulier. *Mômes à la page*, dans le cadre de son édition 100% virtuelle, va d'ailleurs proposer un fil rouge entre cette édition particulière et la suivante, en proposant à intervalle régulière des petites capsules allant de la lecture d'album au tutoriel pour fabriquer un objet.

3.2.3. Le livret de formation : un objet de communication à développer

Le livret de formation annuel, regroupant toutes les formations dispensées par la Bibliothèque Départementale, est distribué chaque année à toutes les bibliothèques et partenaires du réseau. C'est donc un véritable outil de communication à développer.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² G. Revelin, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 », op. cit.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ Voir annexe 2.6.

Il pourrait donc être intéressant d'y intégrer une partie sur le matériel d'animation pouvant être prêté par la BDC ainsi qu'une carte de la Creuse présentant les différents secteurs et les référents territoire attachés à ceux-ci (cela existe déjà dans la Creuse pour un autre service).

La nouvelle version du livret de formation pourrait s'inspirer de celui proposé par la Bibliothèque Départementale de l'Indre. En effet, celui-ci se divise en deux parties : les stages et formations proposées d'un côté, les outils d'animation de l'autre.

Il est important de ne pas complètement délaissé les outils de communication papier sachant qu'en 2020, 40 % des bibliothèques du réseau ne sont pas informatisées. Même si les outils d'animation seront consultables directement dans la nouvelle version du site de la BDC, conserver une version papier, c'est assurer une plus grande visibilité auprès du réseau.

De plus, le Conseil départemental possédant son propre service de reprographie, ajouter un feuillet au livret original n'engendrerait aucun coût supplémentaire pour la BDC.

Aujourd'hui, les stratégies marketing ont tout à fait leur place dans le monde des bibliothèques. Le phygital, contraction des termes « physique » et « digital » vise à allier les bonnes pratiques en termes de services aux publics des bibliothèques physiques avec celles des bibliothèques numériques, pour encore et toujours répondre plus efficacement aux besoins du public : le *click and collect* en est d'ailleurs un exemple.

3.3. Mise à plat des outils et procédés de communication de la BDC : apport de ce stage

3.3.1. L'opportunité de faire un état des lieux des besoins dans chaque service

Ce stage à la Bibliothèque Départementale fut l'occasion de faire un état des lieux des besoins en outils de communication.

À travers la création de « fiches secteurs » résumant les missions de chaque agent de la BDC, est ressortie une vision globale des besoins au sein de la Bibliothèque.

Parmi les éléments qui sont le plus souvent ressortis lors des entretiens, les demandes les plus nombreuses concernaient des outils physiques, notamment pour les agents en charge des territoires les plus ruraux. Catherine Manville, par exemple, s'occupe des communautés de communes Creuse Grand Sud et Haute-Corrèze Communauté. Elle avait particulièrement besoin d'affiches et de *flyers* pour promouvoir les petites bibliothèques du réseau auprès du public.

Le secteur jeunesse a, lui, d'importants besoins en matière de numérique. Le premier besoin exprimé serait un site internet dédié à leur festival bisannuel *Mômes à la Page*, ainsi qu'un compte Instagram et une vidéo de présentation dédiée au festival. Une chaîne YouTube dédiée serait aussi idéale afin de pouvoir faire du *BookTubing*⁶⁵ ainsi qu'un système de messagerie, sur le modèle de Messenger (mais libre et non affilié à Facebook) qui permettrait de communiquer de façon simplifiée avec toutes les bibliothèques du réseau, de pouvoir faire des groupes et de s'échanger des messages plus rapidement que par mail.

⁶⁵ BookTube : Néologisme qui est un mot valise résultant d'une contraction entre les mots « book » et « YouTube. ». Sous-catégorie de vidéos dédiée aux revues de livres et conseils littéraires.

Les besoins diffèrent donc selon les territoires et leurs degrés de ruralité. Cependant certains points sont revenus dans la plupart des secteurs :

- la refonte du portail de la BDC ;
- une plaquette d'information récapitulant les « missions de la Bibliothèque Départementale » ;
- un document récapitulatif des supports pouvant être prêtés aux bibliothèques ;
- une page Facebook (sous réserve qu'elle soit réellement alimentée) ;
- une visite virtuelle de la BDC.

3.3.2. Un regard extérieur sur les méthodes de communication de l'établissement

Après avoir fait un état des lieux de l'existant en matière de communication au sein de la BDC, plusieurs éléments sont ressortis.

Le principal outil de communication de la BDC s'avère être son portail. En 2019, 66%⁶⁶ des bibliothèques du réseau effectuaient leurs réservations via le portail et sont donc amenées à le consulter quasi quotidiennement.

Le livret annuel de la Rentrée littéraire est aussi un moyen de communiquer au sein du réseau. En effet, chaque année, hors période de crise sanitaire, les bibliothécaires participant au Comité de lecture rejoignent des membres de la BDC dans une des bibliothèques du réseau afin d'échanger sur les lectures des romans de la Rentrée littéraire du mois de septembre. C'est également l'occasion pour les bibliothécaires du réseau de découvrir de nouveaux aménagements de structures et donc de nouvelles pratiques.

Le rapport annuel d'activités est aussi un outil de communication intéressant même s'il est moins destiné au grand public qu'aux élus et à la tutelle. Il mériterait peut-être d'être agrémenté de plus d'infographies afin de l'aérer et de le rendre plus synthétique, et pourquoi pas d'être retranscrits succinctement sous forme de poster pour avoir une vue d'ensemble.

Néanmoins, il ne faut pas oublier qu'une partie importante de la communication de la Bibliothèque Départementale se fait à travers la tutelle, et notamment les pages Facebook, Instagram et Twitter du Conseil Départemental. Cela conduit forcément à moins de spontanéité puisque les informations ne sont pas publiées dans l'immédiat, ce qui est pourtant tout l'intérêt d'un réseau social comme Instagram, par exemple.

⁶⁶ Direction de la lecture publique, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, *op. cit.*

Conclusion

Comme nous avons pu le voir, les enjeux de la mise à plat des outils de communication dont dispose la Bibliothèque Départementale sont multiples. Il s'agit avant tout, de mettre en avant ses missions et actions auprès du grand public, mais aussi du réseau, des élus ainsi que de la tutelle.

En effet, après avoir passé du temps dans chacun des secteurs de la BDC afin d'en savoir plus sur les besoins de chacun des agents, certains points sont fréquemment ressortis : en matière de numérique, mais aussi et surtout, de communication physique.

Dans un département aussi rural que la Creuse, la question d'une communication 100% digitale n'est pas viable, avec en 2020 seulement 60 % de bibliothèques informatisées, il semble primordial de ne pas négliger une communication plus classique. Néanmoins, la ruralité du territoire ne semble pas être un frein au développement de la communication numérique, le département étant aujourd'hui en pleine restructuration afin de pallier l'enclavement numérique. Avec l'essor du télétravail, le département devrait être totalement fibré d'ici à 2024. De plus, afin d'aider les personnes éloignées des usages du numérique, le département a mis en place un système de Pass Numérique, permettant de suivre des ateliers sur tout le territoire creusois.

Après être parti du postulat que la communication de la BDC aurait beaucoup à gagner en s'ouvrant au grand public, grâce, notamment aux réseaux sociaux, il s'est avéré que la tutelle n'était pas forcément favorable à la création d'une identité propre pour la Bibliothèque Départementale. Cela semble pourtant être une des clés pour améliorer la communication externe et faire découvrir les actions quotidiennes des agents de la BDC.

La question de la communication numérique est un vaste sujet, qui devrait se développer dans les années à venir, au fur et à mesure de l'informatisation des bibliothèques et de la sortie de l'enclavement numérique, dans lequel se trouve encore la Creuse aujourd'hui.

Références bibliographiques

APPEL Violaine, BOULANGER Hélène et LACOTE-GABRYSIK Lyllette, « 1. Instaurer une culture de la communication dans les bibliothèques » dans Jean-Philippe Accart (ed.), *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, Villeurbanne, Presses de l'enssib (coll. « La Boîte à outils »), 2017, pp. 16-30.

ARCEP, CONSEIL GENERAL DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE, DE L'ENERGIE ET DES TECHNOLOGIES et MISSION SOCIETE NUMERIQUE, *Baromètre du numérique 2019*, s.l., 2019.

BERTRAND Anne-Marie et ALIX Yves, « III. Les bibliothèques aujourd'hui », *Les bibliothèques*, Paris : La Découverte 30 novembre 2015, 5^e éd., p. 45-66.

BLANCHARD Martine, *Quelles missions pour les bibliothèques départementales de prêt ?*, <https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1997-05-0008-001>, 1 janvier 1997, consulté le 15 février 2021.

CALENGE Bertrand, *Accueillir, orienter, informer : L'organisation des services aux publics dans les bibliothèques*, Ed. du Cercle de la Librairie., Paris, (coll. « Collection bibliothèques »), 1999, 444 p.

CONSEIL SUPERIEUR DES BIBLIOTHEQUES, « Charte du bibliothécaire volontaire », p. 1.

DEPARTEMENT DE LA CREUSE, *Plan particulier pour la Creuse*, s.l., Conseil départemental de la Creuse, 2018.

DIRECTION DE LA LECTURE PUBLIQUE, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, Conseil Départemental de la Creuse, 2019.

DIRECTION DE LA LECTURE PUBLIQUE - BIBLIOTHEQUE DEPARTEMENTALE, *Rapport d'activités du réseau des bibliothèques de la Creuse*, Guéret, Conseil départemental de la Creuse, 2018.

DIRECTION DEPARTEMENTALE DES TERRITOIRES DE LA CREUSE, « Présentation de la ruralité en Creuse: De l'éloignement au développement ».

Dumont Gérard-François, Jean-Marie Guilloux. "développement des territoires ruraux . Experimentation prospective dynamique dans le département de la Creuse". Rapport de recherche Agrobiosciences INRA. 2018, pp.1-102.

GAILLARD Romain, « Élaborer et mettre en œuvre une stratégie digitale : Identité et marque sur les réseaux sociaux¹ » dans Jean-Philippe Accart (ed.), *Personnaliser la bibliothèque : Construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation*, Villeurbanne, Presses de l'enssib (coll. « La Boîte à outils »), 2020, pp. 147-158.

LAHARY Dominique, « Les bibliothèques en pleine réforme territoriale », *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*, 2017, n° 12, p. 52-59.

INSEE, *La Creuse à grands traits - Insee Analyses Nouvelle-Aquitaine - 8*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1908444>, consulté le 10 mars 2021.

INSEE, *Comparateur de territoire – Comparez les territoires de votre choix - Résultats pour les communes, départements, régions, intercommunalités... | Insee*, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1405599?geo=DEP-23>, consulté le 10 mars 2021.

INSEE, *Pauvreté – France, portrait social* | Insee, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4797606?sommaire=4928952&q=pauvret%C3%A9%20france+2018>, consulté le 10 mars 2021.

LEJEUNE Albane, « Informatiser pour créer le réseau : le SIGB outil d'un projet fédérateur dans l'agglomération de Saint-Brieuc » dans Anna Svenbro (ed.), *Réinformatiser une bibliothèque*, Villeurbanne, Presses de l'enssib (coll. « La Boîte à outils »), 2019.

LEPINE Valérie et PEYRELONG Marie-France, « Aux frontières de deux métiers : les compétences communicationnelles en jeu dans les bibliothèques », *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 1 juin 2012, n° 41, pp. 63-73.

LIVBIBNUM, *Un entretien avec Lionel Dujol : la médiation numérique*, <https://livbibnum.hypotheses.org/422>, consulté le 9 mars 2021.

MINISTERE DE LA CULTURE, *Données d'activité 2013-2016 Synthèse Nationale*, s.l., 2017.

MINISTERE DE LA CULTURE, *Numérique et bibliothèques*, <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-lecture/Bibliotheques/Numerique-et-bibliotheques>, consulté le 25 février 2021.

MORTIER Marie, « Communication & bibliothèques », 2018, http://www.abf.asso.fr/fichiers/file/Midi-Pyrenees/FORMATION/20180327_comm%20interne-externe.pdf, consulté le 28 janvier 2021

Ravereau, Mylène. *Nouveaux enjeux et défis des bibliothèques départementales*, Thèse, Enssib, juin 2019, 104 p, consulté le 18 février 2021 Disponible sur le Web : <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/68912-nouveaux-enjeux-et-defis-des-bibliotheques-departementales.pdf>>.

REVELIN Gaël, « 6. Faire le meilleur usage des outils du web 2.0 » dans Jean-Philippe Accart (ed.), *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, Villeurbanne, Presses de l'enssib (coll. « La Boîte à outils »), 2017, pp. 134-137.

SONNIER Corinne, « 3. Être prêt pour l'action : les bibliothèques départementales de prêt » dans Jean-Philippe Accart (ed.), *Communiquer ! : Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*, Villeurbanne, Presses de l'Enssib (coll. « La Boîte à outils »), 2017, pp. 58-66.

Violet, Thomas. *Produire un rapport d'activité : Pourquoi ? Comment ?* [en ligne], Mémoire, Enssib, janvier 2016, 144 p, consulté le 3 mars 2021 Disponible sur le Web : <<https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/66455-produire-un-rapport-d-activite-pourquoi-comment.pdf>>.

« Ordonnance n° 2017-650 du 27 avril 2017 modifiant le livre III du code du patrimoine », <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000034503367/>

Bibliothèques départementales de prêt (BDP) | Enssib, <https://www.enssib.fr/le-dictionnaire/bibliotheques-departementales-de-pret-bdp>, consulté le 16 février 2021.

Annexes

Annexe 1. Personnes interrogées.....	42
Annexe 2. Quelques travaux effectués durant ce stage.....	43
Annexe 2.1. Maquettes de post Instagram pour l'opération <i>Mômes à la Page</i>	43
Annexe 2.2. Affiche, flyer et marque-page créés pour une partie des bibliothèques du réseau.....	46
Annexe 2.3. Propositions d'affiche et de marque-page par le service Communication..	48
Annexe 2.4. Plaquette « Missions de la Bibliothèque Départementale de Creuse » avant transmission au service Communication.....	49
Annexe 2.5. Exemple d'une fiche secteur : le secteur jeunesse.....	50
Annexe 2.6. Proposition allégée d'un livret « outils d'animation ».....	51
Annexe 2.7. Trame d'une vidéo de type « parcours d'un document ».....	57

Annexe 1. Personnes interrogées

- Aurélien AGEORGES, assistant du secteur adulte et responsable des navettes
- Quentin AUFFRET, responsable de l'Observatoire de la lecture publique
- Stéphanie BRUNET, responsable du secteur audio et référente territoire
- David DUGAY, assistant du secteur jeunesse, référent territoire
- Béatrice FOURTON, assistante du secteur adulte et référente territoire
- Maryline JAMET, agent d'accueil et assistante administrative
- Natacha LAVERGNE, responsable du secteur jeunesse
- Catherine MANVILLE, responsable du secteur vidéo et référente territoire
- Dominique NOUALLET, chauffeur magasinier et responsable du mobilier
- Viviane OLIVIER, directrice de la Bibliothèque Départementale de la Creuse
- Marie-Pierre PARANTON, directrice adjointe
- Christine PETIT, assistante du secteur adulte
- Agnès ROUET, responsable du secteur adulte et référente territoire
- Cécile SABOURDY, en charge de l'équipement des documents

Annexe 2. Quelques travaux effectués durant ce stage

Annexe 2.1. Maquettes de post Instagram pour l'opération *Mômes à la Page*







Département de la Creuse • [Follow](#)
Creuse



Liked by **Mômes à la Page** and **1,560 others**

Département de la Creuse L'oiseau quitte son nid... et devrait arriver dans votre boîte aux lettres d'ici quelques jours accompagné de son ami Chacha! 🐣🐱

"Un oiseau un chat" de Corinne Dreyfuss sera distribué tout au long de cette année 2021 aux bébés nés ou adoptés en Creuse ... [more](#)

[View all 20 comments](#)

5 MINS

Annexe 2.2. Affiche, flyer et marque-page créés pour une partie des bibliothèques du réseau



Les Collections

- ★ Romans
- ★ BD
- ★ Documentaires
- ★ Livres gros caractères
- ★ Livres audio
- ★ Albums, BD & contes jeunesse
- ★ Kamishibaïs
- ★ CD & DVD
- ★ Jeux de société
- ★ Tablettes et liseuses

et bien plus encore...

Les réservations



Possibilité de réserver les documents non disponibles dans votre bibliothèque



Le partenariat avec la Bibliothèque Départementale vous donne accès à plus de 200 000 références



Bibliothèque Municipale

Saint-Hilaire-le-Château



Mairie
24, Grand Rue
23250 Saint-Hilaire-le-Château



05 55 64 56 05 (Mairie)

Pascal vous accueille tous les mardis

Pratique! La bibliothèque est à l'intérieur de la Mairie!



Mardi: 09h00 - 12h00
14h00 - 16h00

Prêt de  de  ainsi que de  et de 

L'inscription et le prêt sont gratuits pour tous!



la CREUSE
le Département

Annexe 2.3. Propositions d'affiche et de marque-page par le service Communication



Annexe 2.4. Plaquette « Missions de la Bibliothèque Départementale de Creuse » avant transmission au service Communication

Son équipe

17 salariés qui ouvrent au sein de plusieurs secteurs:

- direction
- administration
- secteur jeunesse
- secteur adulte
- secteur audiovisuel
- logistique (équipement des docs, gestion du mobilier prêté au réseau, des navettes et du bibliobus)

Ses missions

Sa mission première : *encourager et favoriser* le livre et la lecture ainsi qu'*aider* à la création de nouvelles bibliothèques dans le but de garantir l'accès aux livres et autres documents à tous.

Ses missions s'articulent autour de 2 points:

- ★ Une logique de diffusion : La BDC agit comme une centrale de distribution = navettes directes ou indirectes dans toutes les communes 1 fois par semaine.
- ★ Des prestations de service : appui logistique et financier pour aider les bibliothèques dans leur développement + soutien à l'informatisation des bibliothèques + Formations tout au long de l'année, sur de nombreuses thématiques, auprès de bibliothécaires et bénévoles du réseau ainsi que des partenaires. + catalogue en ligne disponible sur le site internet de la Bibliothèque Départementale.

Ses actions

- Constitution et mise à disposition de fonds de documents variés
- Conseils et aides aux élus & aux bibliothécaires
- Organisation de festivals tels que *Mômes à la Page* et *Coquelicots*
- Comités de lecture
- Prêt entre bibliothèques
- Prêt de matériel d'animation (expositions, tapis de lecture, Kamishibai, instruments de musique, jeux de sociétés, valises thématiques...)
- Soutien aux animations organisées par les bibliothèques du réseau départemental
- Organisation de l'opération « Mon 1er livre » visant à offrir un livre à chaque bébé né ou adopté en Creuse
- Programme de formation des bibliothécaires du réseau ainsi que des partenaires

La Bibliothèque Départementale en quelques chiffres

- Un réseau d'une centaine de bibliothèques
- 6 différents territoires
- Plus de 200 000 documents
- Un budget annuel d'acquisition de documents de 155 000 €
- Près de 50 000 réservations annuelles par les bibliothèques du réseau
- Plus de 120 valises thématiques ainsi qu'une soixantaine d'expositions
- Une centaine de navettes/an
- 85 % des bibliothèques du réseau aménagées grâce aux aides du Conseil Départemental

Un réel engagement

La BDC est engagée dans des actions à destination de **tous les publics**. Sa mission principale étant l'accès de la lecture à chaque Creusois.

Elle propose entre autres :

- ★ collection de livres « faciles à lire »
- ★ livres en grands caractères
- ★ liseuses et tablettes
- ★ mobilier adapté (en carton)
- ★ livres audio
- ★ livres en braille
- ★ livres à toucher
- ★ lecteur de livres audio « Daisy »
- ★ livres adaptés pour les troubles « Dys »

La BDC est aussi particulièrement investie dans le développement de l'**inclusion numérique** au sein du département, afin que chaque Creusois puisse avoir les mêmes opportunités.

Nous retrouver en ligne

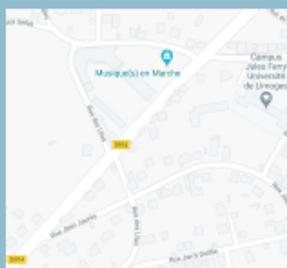
- le portail de la BDC: biblio.creuse.fr
- Creuse.fr : Nos services > Culture et patrimoine > Bibliothèque Départementale

Le parcours d'un document: de l'achat à l'arrivée en bibliothèque...

- 1 Une suggestion d'achat, une nouveauté, un best-seller, un classique... autant de raisons qui peuvent décider l'achat d'un nouveau document
- 2 Une commande est réalisée, selon la nature du document, par le secteur adulte, jeunesse ou audiovisuel
- 3 Une fois la commande reçue, le document est inscrite dans la base de donnée
- 4 Il est ensuite équipé et protégé pour être prêté
- 5 Il devient disponible sur le portail et peut être réservé par les bibliothèques
- 6 Après réservation, il est passé en prêt avant d'être intégré à la navette hebdomadaire pour être acheminé vers la bibliothèque



Où nous trouver?



Bibliothèque Départementale de la Creuse
Rue des Lilas - 23000 Guéret
Tél: 05.44.30.26.26
mediatheque@cg23.fr

Au service des bibliothèques du réseau tous les jours, du lundi au vendredi



La Creuse

Avec vous au quotidien



Bibliothèque Départementale de la Creuse



Annexe 2.5. Exemple d'une fiche secteur : le secteur jeunesse

SECTEUR	AGENTS noms et nombres	MISSIONS QUOTIDIENNES	MISSIONS EXCEPTION NELLES	PROSPECTIVE Comment l'agent se projette-t-il pour être visible sur un outil de communication ? Lequel ?
J E U N E S S E	<ul style="list-style-type: none"> - Natacha - Sophie - David <p>= 3 agents</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acquisition, diffusion - Partenariats autour du livre, de l'enfance - Aide et soutien - Festival <i>Même à la page</i> : tous les 2 ans dans un endroit différent. (1 journée pro, 1 journée scolaire et 1 journée grand public). - Pour les familles qui s'agrandissent : opération <i>Mon 1^{er} livre</i> en partenariat avec la PMI. (1 livre pour chaque enfant naissant en Creuse). - C'est qqch qui pourrait prendre plus d'ampleur avec de nouveaux partenaires (éducateurs petite enfance par exemple, en mettant en place dès décembre 2021, des journées « premières pages ») - Sachant qu'au Printemps = journées de la petite enfance, il pourrait être bon de faire des journées premières pages en même temps. 		<ul style="list-style-type: none"> - Pour <i>Même à la page</i> = pour faire connaître le festival, un site internet pourrait être mis en place ainsi qu'un compte instagram. - Un document général (plaquette par exemple) qui récapitule les missions de la BDP. - Besoin d'une identité visuelle : un logo (pour l'instant par la liberté de le faire) - Une vidéo de présentation du festival (celle de l'année dernière n'était vraiment pas satisfaisante). - Une chaîne YouTube dédiée ? pour pouvoir faire des tutos, des vidéos pour promouvoir des nouveautés (pourquoi pas des vidéos dans le genre « 5 livres à lire pendant le confinement). - Affiche de <i>même à la page</i> : cela

				<p>serait intéressant qu'elle soit faite par un vrai illustrateur et non pas par le service communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils dont Natacha aurait besoin : maquettes, cahier des charges afin de pouvoir s'adresser aux différentes cibles (pour le grand public, pour des élus...) - Un outil qui permettrait d'envoyer des notifications aux bibliothèques du réseau pour suivre les navettes (comme lorsque l'on commande sur un site, on peut suivre son colis savoir exactement à quelle heure il arrivera...) ou encore envoyer une notification automatique en cas de retard ou d'annulation d'une navette (cause neige ou verglas par exemple) - Dans l'idéal, un système de messagerie (style Messenger, mais libre et non affilié à Facebook) qui permettrait de communiquer avec toutes les bibliothèques, de faire des groupes, de s'échanger des messages rapides sans avoir à s'envoyer des mails. - Voir avec le service communication ?
--	--	--	--	--

Annexe 2.6. Proposition allégée d'un livret « outils d'animation »



Nos supports d'animation



Pour avoir accès au catalogue complet des outils d'animation et les réserver, rendez-vous sur le portail de la BDC: biblio.creuse.fr



N'hésitez pas à demander nos grilles d'exposition, qui sont à votre disposition!

Nos expositions

La Bibliothèque Départementale dispose d'une riche collection d'exposition sur un grand nombre de thématiques. De la nature, aux grands auteurs, en passant par l'écologie, ou encore l'Histoire... N'hésitez pas à consulter le portail de la BDC afin d'avoir accès au catalogue des expositions, vous pourrez d'ailleurs les réserver directement en ligne.



Les valises thématiques

Constituées de plusieurs livres, CD ou livres CD, nos valises thématiques vous proposent une plongée au coeur d'un univers particulier. Généralement composées d'une vingtaine d'ouvrages choisis avec soin par notre équipe, elles constituent un excellent support d'animation.

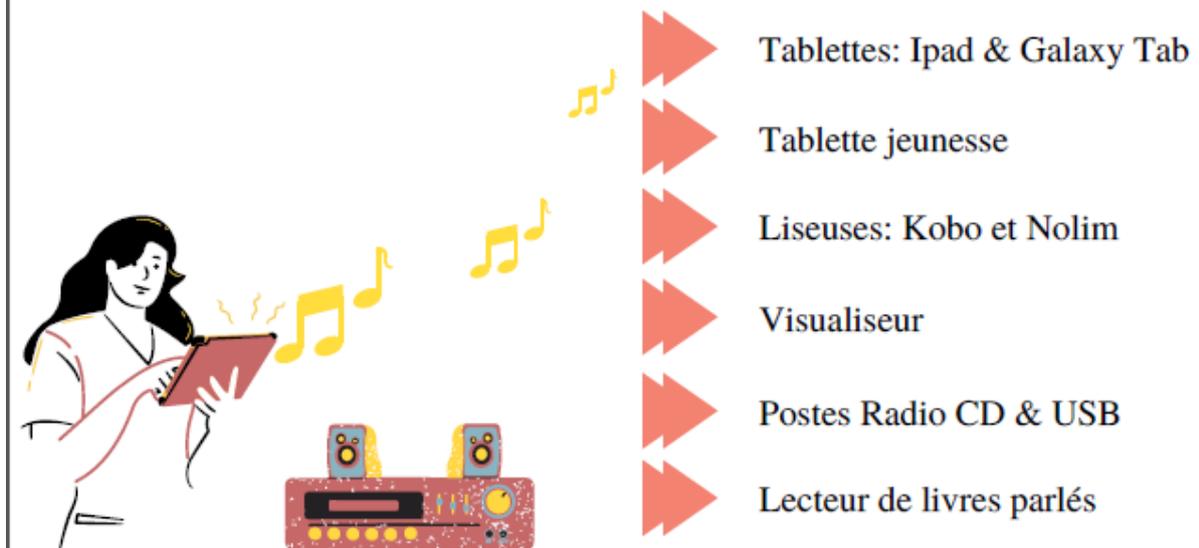


Pensez-y! Les valises "Noël" et "petite enfance"



Les Outils audiovisuels

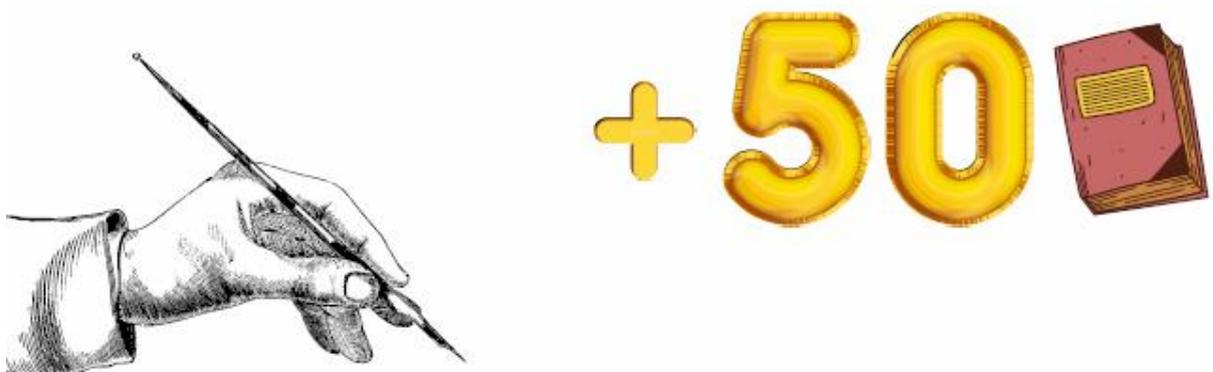
La Bibliothèque départementale vous prête tout le matériel nécessaire au développement de l'offre au sein de votre structure. S'adapter à tous les publics étant une priorité, nous vous proposons, entre autres, un visualiseur, qui permet de projeter et d'agrandir un document, ainsi qu'un lecteur de livres audio.



Les livres d'artistes

Qu'est-ce qu'un Livre d'artiste?

Il s'agit d'une oeuvre d'art prenant la forme d'un livre. Souvent réalisé de manière artisanale, il est généralement tiré à très peu d'exemplaires, ce qui en fait un objet rare. Il retranscrit le travail d'un artiste, sur un sujet, autour du médium "livre".



Attention, ne supprimez pas le saut de section suivant (pied de page différent)

Les Kamishibai

Mais qu'est-ce qu'un Kamishibai?

C'est une technique de contage japonnaise. Il s'agit de faire défiler des illustrations devant les spectateurs. D'ailleurs le mot kamishibai signifie littéralement "théâtre de papier". La BDC vous prête également les supports permettant de lire les kamishibais: les butai (support en bois).



Scannez-moi pour en savoir plus sur les kamishibais...

+150

Les Jeux de société

Depuis 2020, la Bibliothèque Départementale développe sa gamme de jeux de sociétés. Pour le bonheur des petits comme des plus grands...

Des grands classiques du jeu de société , en passant par les escape games et les jeux éducatifs dédiés aux tout-petits : vous trouverez forcément votre bonheur.



+80



+50



Les instruments de musique

Parfaits pour ponctuer vos animations, la Bibliothèque Départementale met à votre disposition des instruments originaux qui devraient beaucoup plaire aux tout-petits!
Vous pourrez retrouver, entre autres, bâtons de pluie, appeaux et djembés.



Les Marionnettes

George Sand disait que les marionnettes n'amuse que les enfants et les gens d'esprit. Cette jolie collection devrait donc plaire au plus grand nombre!



Les Tapis de lecture

TAPIS DE LECTURE



Envie de créer un véritable spectacle? N'hésitez pas à demander nos spiders, qui sont à votre disposition

Tapis de lecture, contes en sac et autres contes en rond... autant de supports qui vous permettront de fasciner et de faire voyager les tout-petits.



Vos référents de territoires



Stéphanie BRUNET
mail: sbrunet@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.05



Sophie BOURDERIONNET
mail: sbourderionnet@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.10



Béatrice FOURTON
mail: bfourton@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.09



David DUGAY
mail: ddugay@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.07



Agnès ROUET
mail: arouet@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.03



Catherine MANVILLE
mail: cmanville@creuse.fr
tel: 05.44.30.26.06

Annexe 2.7. Trame d'une vidéo de type « parcours d'un document »

- La caméra se dirige dans un des trois secteurs : adulte, jeunesse ou audio. Elle filme une des bibliothécaires pendant que celle-ci passe une commande de documents (après avoir reçu une recommandation par exemple) **Plans des mains ou de dos, pas de visage.**
- **Petite bulle** « tour rapide du magasin et des deux autres secteurs » C'est l'occasion de montrer rapidement tous les supports pouvant être prêtés par la BDC. Arrêt sur les jeux de sociétés, les kamishibai, les expos, les valises, le matériel pour les plus petits.
- Arrivée de la commande de livres. **La caméra filme le déballage du carton**
- Le document est catalogué par un des bibliothécaires du secteur. **Toujours filmé de dos, plans des mains**
- Il est ensuite placé sur un chariot et emmené pour équipement. **La caméra est posée sur le chariot de livre, elle filme le chemin menant au bureau de l'équipement**
- Cécile équipe le document. **La caméra est toujours placée sur le chariot, elle filme l'équipement. Seulement les mains et le bas du corps de Cécile sont visibles.**
- Le document équipé est placé sur un autre chariot, puis rangé en magasin. **Plan de dos.**
- **Deuxième bulle** « focus sur Mon premier livre ». Montrer les livres reçus, le système de vote dans les bibliothèques du réseau. **La caméra filme d'abord une affiche de Mon Premier Livre, puis, les livres, disposés sur des chariots et enfin les petits bulletins de vote pour choisir son livre préféré (avec une urne en arrière-plan, pour que les choses soient plus parlantes)**
- Retour dans un des trois secteurs. Une réservation est faite par une des bibliothèques du réseau sur le document qui vient d'être catalogué. **Plan sur la personne qui s'occupe des résa web, qui récupère le document et qui l'affecte.**
- Le document part ensuite dans la navette hebdomadaire. **Plan sur Dominique/Toni/Aurélien qui charge la caisse dans le camion et qui part en livraison. Peut-être même suivre le chauffeur jusqu'à l'une des bibliothèques et filmer la transaction (rien que les mains, ou le bas du corps ?)**
- **Troisième bulle** sur les formations dispensées par la BDC. **La caméra serait située dans un coin de la salle et filmerait quelques instants de la formation**



Musique de fond (libre de droits) ou voix-off (dans un souci d'inclusivité, la musique de fond semble être la meilleure solution, à moins d'inclure des sous-titres). La vidéo dans son ensemble devra être courte et dynamique (3/4 minutes max).

Mise à plat des outils et procédés de communication au sein de la Bibliothèque Départementale de la Creuse

Ce rapport vise à faire un inventaire des outils de communication dont dispose la Bibliothèque Départementale de Creuse ainsi que des besoins qui ont pu émerger au sein de tous ses secteurs. La BDC a pour mission première d'encourager et de favoriser le livre et la lecture au sein d'un département particulièrement rural et les outils mis en place doivent tenir compte de ce paramètre afin de répondre aux besoins des lecteurs, par le biais d'un réseau de bibliothèques constitué de plus d'une centaine de structures. Sans oublier le rôle omniprésent de la tutelle dans la communication externe.

Mots-clés : outils de communication, procédés de communication, Bibliothèque Départementale, ruralité, réseau de bibliothèques, tutelles, élus, réseaux sociaux ...

Assessment of the communication tools and processes within the Creuse Departmental Library

This report aims to make an inventory of the communication tools available within the Creuse Departmental Library as well as the specific needs that may have emerged among the different sectors. The main purpose of the Departmental Library is to encourage and promote books and reading in a predominantly rural department, and the tools implemented must take this into consideration in order to fulfil the needs of readers, through a network of more than one hundred libraries. Not to mention the omnipresent role of the guardianship in external communication.

Keywords: communication tools, communication methods, Departmental Library, rurality, libraries network, guardianship, elected representatives, social networks ...
