

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines

Licence Professionnelle

Métiers du livre : documentation et bibliothèques

2023/2024

Littérature Young-Adult : comment valoriser ce genre littéraire pour attirer davantage le public adolescent ?



Marie Chochon

Stage effectué du 02 janvier 2024 au 29 mars 2024

Médiathèque départementale de l'Aube

Rapport de stage dirigé par

REYDY Anne-Sophie

Directrice



« *Chère brindille, Merci, De résister à tous les vents* »

Albane Gellé

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier ma tutrice de stage, Anne-Sophie Reydy qui m'a fait découvrir le merveilleux métier de bibliothécaire et a su m'aider et m'orienter dans la rédaction de ce rapport de stage.

Je remercie également l'équipe de la Médiathèque Départementale de l'Aube qui m'a accompagné pendant mes tâches et m'a appris énormément de choses et qui a été d'une incroyable gentillesse.

Je remercie Madame Goumain, ma professeure référente qui m'a aidé à la rédaction de ce rapport de stage et qui a réussi à me rassurer face à mes nombreux doutes.

Je remercie ma famille, mes amis, et plus particulièrement mes camarades de Licence Professionnelle de m'avoir accompagné dans la rédaction de ce rapport et de m'avoir aidé à sa relecture.

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

Introduction	7
1. La médiathèque départementale de l'Aube	8
1.1. Historique.....	8
1.2. Le lieu	8
1.3. Ses missions et son organisation.....	10
1.4. Le réseau, un public de bibliothécaires	11
2. Le Young-Adult : pour qui et pourquoi ?	12
2.1. Un genre marqué par un marketing développé	12
2.1.1. Une définition aux contours flous.....	12
2.1.2. Un filon pour les éditeurs	12
2.1.3. Une prescription bouleversée	13
2.2. Un public cible aux pratiques particulières	14
2.2.1. Des acheteurs	14
2.2.2. Des lecteurs à reconquérir par les bibliothèques	15
2.2.3. Des nouvelles actions menées	15
2.3. Le Young-Adult dans les bibliothèques auboisés	16
2.3.1. A la MDA	16
2.3.2. Dans le réseau	16
3. Les actions	18
3.1. Un kit de valorisation.....	18
3.1.1. Identification des documents	18
3.1.2. Une identité visuelle	19
3.1.3. Des goodies	20
3.1.4. Une affiche et un guide de survie	20
3.2. Des sélections	22
3.2.1. Une table « thématique » en magasins.....	22
3.2.2. Un kiosque numérique.....	23
3.3. Des publications.....	24
3.3.1. Un article à destination des bibliothécaires.....	24
3.3.2. Un article pour les usagers des bibliothèques relayé sur Facebook.....	24
Conclusion	26
Références bibliographiques	27
Annexes	29

Table des illustrations

Figure 1: plan du département de l'Aube et des bibliothèques relais	8
Figure 2: photo personnelle des magasins	9
Figure 3: photo personnelle des magasins	9
Figure 4: photo personnelle de la salle des navettes	10
Figure 5: photo personnelle du rayon "Young-Adult" de la librairie "la petite marchande de prose"	14
Figure 6: photo personnelle des étiquettes SF	18
Figure 7: photo personnelle des gommettes rouges	18
Figure 8: photo personnelle des cotations adultes et ados	19
Figure 9: photo personnelle du sticker Young-Adult	20
Figure 10: photo personnelle du marque page YA.....	20
Figure 11: affiche young-adult	21
Figure 12 : "guide de survie" créé par moi-même	22
Figure 13: photo personnelle de la table de présentation sur les années 80.....	23
Figure 14: capture d'écran de l'article sur le site de la MDA.....	24
Figure 15: capture d'écran de l'article sur le site de la MDA.....	25
Figure 16: capture d'écran sur le compte Facebook de la MDA.....	25
Figure 17: photo personnelle de la découpeuse vinyle à la MDA.....	30
Figure 18: photo personnelle de l'imprimante 3D de la MDA	31
Figure 19: photo personnelle du rayon YA de la médiathèque de Sainte-Savine.....	31
Figure 20: programme de formation 2024 de la MDA issu de mediatheque.aube.fr.....	32
Figure 21: photo personnelle des marque-pages.....	33
Figure 22: photo personnelle d'une planche de stickers	33
Figure 23: organigramme de la MDA.....	34

Introduction

Contrairement à une idée reçue, les jeunes adultes lisent et pour le plaisir. Les résultats de l'enquête¹ réalisée en 2022 sont parlants : 81 % des jeunes lisent dans le cadre de leurs loisirs, 58 % des livres lus sont des romans contre 30 % des mangas. Les éditeurs l'ont compris et déploient une offre en littérature adaptée à ce public : le Young-adult. La création de collections et de maisons d'édition, la communication via des influenceurs présents sur les réseaux sociaux confirment cette tendance.

Toutefois, les 15-25 ans sont un public que les bibliothèques ont dû mal à attirer. D'une part l'offre des CDI des lycées répond à leurs attentes. D'autre part, les jeunes sont des acheteurs de livre aimant l'objet livre et développer une collection personnelle.

Lorsque j'ai choisi la médiathèque Départementale de l'Aube pour mon stage, l'idée d'un sujet autour de la littérature Young-Adult m'est tout de suite venue car j'apprécie particulièrement ces romans. De plus, étant dans la tranche d'âge du public cible, j'ai pensé pouvoir appréhender les attentes des jeunes vis-à-vis d'une offre en Young-Adult en bibliothèque et les transmettre aux bibliothécaires. Enfin, j'ai vivement été encouragée par ma tutrice de stage à poursuivre ce sujet car le public lisant du Young-Adult est un public que les bibliothèques, médiathèques et points lectures peinent à faire venir.

Il est vrai que je n'avais pas mesuré au début l'enjeu de reconquête de ce public en bibliothèque fréquentant moi-même ce type d'établissement.

Ce rapport de stage présente la structure dans laquelle j'ai passé 3 mois à établir ce projet, il explique ensuite ce qu'est le Young-Adult et ses particularités, et pour finir, il présente mes actions établies afin de valoriser et diffuser le Young-Adult auprès des bibliothécaires et des usagers.

¹ [Enquête] *Les jeunes adultes et la lecture (CNL) | Fill*, <https://fill-livrelecture.org/enquete-les-jeunes-adultes-et-la-lecture-cn/>, (consulté le 5 avril 2024).

1. La médiathèque départementale de l'Aube

La médiathèque est un service du Département de l'Aube. Elle met en œuvre la politique de lecture publique de cette collectivité territoriale.

L'Aube est un département de 311 329 habitants en région Grand Est. C'est un territoire majoritairement rural composé de 431 communes regroupées en 13 intercommunalités ; la ville principale est Troyes (62 782 habitants) localisée au centre du département.

1.1. Historique

Les premières bibliothèques centrales de prêt (c'est ainsi qu'elles s'appelaient à l'époque) sont créées en 1945 ; elles dépendent alors de l'éducation nationale et avaient pour mission principale de desservir les écoles via les bibliobus. La BCP de l'Aube a été créée en 1965.

En 1975, les Bibliothèques Centrales sont rattachées au ministère de la Culture (créé en 1959) ; pour développer leurs actions, elles s'appuient désormais sur un réseau de bibliothèques relais. En 1983 au moment de la décentralisation de nombre de compétences de l'Etat, elles sont transférées aux Départements ; elles deviennent BDP (bibliothèques départementales de prêt). En 2017, le terme de « prêt » est supprimé, marque de reconnaissance de la diversité de leurs missions ne se limitant plus à la diffusion de documents.

1.2. Le lieu

La MDA (Médiathèque Départementale de l'Aube) est située à Saint-André-les-Vergers, commune jouxtant Troyes. Sa centralité est un atout pour la venue des équipes des bibliothèques provenant de tout le département et les déplacements des équipes de la médiathèque départementale. Il en est de même de sa proximité de Troyes où se trouve l'Hôtel du Département.



Figure 1: plan du département de l'Aube et des bibliothèques relais

Les locaux sont composés de bâtiments construits au fil des besoins. Ils forment pour autant un ensemble cohérent et globalement bien entretenu. Toutefois, au regard des évolutions récentes, ils s'avèrent en partie inadaptés tout en restant accueillants grâce à des réaménagements réguliers et l'installation de zones de convivialité et de valorisation des ressources et des actions.

Les locaux comprennent :

- 8 bureaux dont 3 partagés de 3 à 4 agents ;
- Une salle de formation, à l'étage sans ascenseur, aménagée avec du mobilier fixe non adéquat aux formes d'enseignement actuelles;
- Un espace ressources, sorte de show-room qui expose – autour d'une thématique biannuelle et à la disposition directe des agents des différentes bibliothèques lors de leur passage - une sélection de documents, des outils de médiation, des animations, des structures ressources locales et un partage d'expérience ;
- Une zone de stockage des livres, dite magasins, vétuste. L'offre documentaire reste attractive grâce à un travail important de valorisation des collections ; une zone de « pré-classement » jouxtant les magasins où sont présentés, et valorisés, les livres les moins anciens ;



Figure 2: photo personnelle des magasins



Figure 3: photo personnelle des magasins

- Une « discothèque » avec les collections de CD et DVD, en pleine reconfiguration compte tenu de la baisse flagrante des emprunts de ces supports ;

- Une salle des navettes avec les 150 bacs de réservations des bibliothèques et points-lecture ainsi que les malles d'outils d'animation. Trois agents du secteur diffusion y ont leur bureau ;



Figure 4: photo personnelle de la salle des navettes

- Une cuisine, assez vaste pour y accueillir les bibliothécaires du réseau lors de leur venue à la médiathèque ;
- Un garage avec un quai pour desservir le bibliobus.

La médiathèque contient des espaces de logistique mal adaptés : la diffusion des collections qui reste essentielle et engendre une logistique importante dans des espaces difficilement réaménageables, des équipes de bibliothèques qui apprécient néanmoins venir à la médiathèque procéder au choix de documents en raison de :

- La richesse de l'offre documentaire,
- La place accordée aux présentations attractives renouvelées, y compris d'outils d'animation et d'actions culturelles,
- L'accueil qui leur est réservé et le temps qui leur est consacré.

1.3. Ses missions et son organisation

Service du Département, la médiathèque départementale de l'Aube a pour mission de contribuer au développement de la lecture publique sur l'ensemble du territoire aubois. Elle vient également en aide aux bibliothèques et points lectures du département en leur proposant un suivi régulier.

En tant que centre de ressources, elle :

- Aide au fonctionnement de 150 structures de lecture publique de l'Aube : prêt de documents et d'outils d'animation, actions culturelles, déploiement d'un logiciel, subventions liées aux animations ;

- Contribue à la formation des professionnels et bénévoles des bibliothèques, et autres acteurs culturels, éducatifs et du champ social. Il y a eu entre autres une formation pour le site Canva², une pour se former au Snoezelen³, ou pour apprendre l'utilisation d'une imprimante 3D. (voir annexe 2)
- Assure une mission de conseil aux collectivités et à tout porteur de projet pour la définition et la mise en place d'actions dans le domaine de la lecture publique ;
- Soutient les partenariats locaux en encourageant les partenariats entre bibliothèques par exemple.

Pour assurer l'ensemble de ces missions, l'équipe est composée de 16 agents et répartie en un pôle administratif, un secteur de diffusion des collections et de trois secteurs documentaires (adultes, jeunesse et multimédia). Les bibliothécaires-référents de territoire ont à la fois la charge d'un domaine documentaire et d'un secteur géographique afin d'opérer un suivi de proximité, répondre au plus près des attentes des équipes, mettre en lien les équipements voisins et inciter aux coopérations et à la mise en réseau. C'est une compétence qui va bien au-delà de celle du bibliothécaire traditionnel ; une expertise qui fait sa plus-value ainsi que sa capacité d'adaptation à des interlocuteurs variés. Leur rôle est de convaincre et de conseiller des bibliothécaires parfois égarés, ayant besoin de conseils pour des projets ou sur des tâches techniques comme le désherbage.

La directrice coordonne la formation et l'action culturelle en associant les bibliothécaires qui en assurent le suivi en binômes.

1.4. Le réseau, un public de bibliothécaires

La médiathèque départementale est en lien avec 60 bibliothèques et 85 points-lecture dépendant de 200 communes. Les équipes sont composées majoritairement de bénévoles et parfois de salariés, qui pour la plupart ne sont pas issus de la filière des bibliothèques.

Situées en zone rurale, sans lycées ni universités, les bibliothèques ont pour publics principaux les enfants (accompagnés souvent de leurs parents) et les seniors. L'enjeu de ce stage était pour moi de trouver un moyen d'attirer les jeunes (adolescents ou jeunes adultes) en bibliothèques. Il fallait également essayer d'intéresser les bibliothécaires, en partie peu qualifiés et peu enclins à se former au Young-Adult, le public cible fréquentant peu leur établissement et les partenaires principaux n'étant pas présents à proximité.

² <https://www.canva.com/>

³ <https://snoezelen-france.fr/snoezelen/presentation-du-concept-snoezelen#:~:text=Snoezelen%20%2D%20Pr%C3%A9sentation&text=D%C3%A9velopp%C3%A9%20dans%20les%20ann%C3%A9es%201970,et%20de%20d%C3%A9tente%20et%20plaisir.>

2. Le Young-Adult : pour qui et pourquoi ?

2.1. Un genre marqué par un marketing développé

2.1.1. Une définition aux contours flous

Il n'y a pas de définition universelle des livres Young-Adult, ils sont désignés comme des romans visant une tranche d'âge de 15 à 25 voire 30 ans. Les histoires racontées, peu importe leur genre, mettent le plus souvent en scène des jeunes adultes, qui font face à une étape marquante dans leur vie, ou traversent des épreuves difficiles telles que le deuil, un conflit avec la famille, des ruptures amoureuses... Ces sujets parlent aux lecteurs, ils s'y identifient.

La définition exacte du Young-Adult reste subjective, chacun a un point de vue différent sur le sujet, pour exemple certains considèrent la saga *Harry Potter* (placée souvent soit en rayon jeunesse, soit en rayon adultes) comme de la littérature pour enfants, alors que d'autres la considèrent comme du Young-Adult. Des librairies ou bibliothèques se basent sur l'âge du personnage principal pour savoir dans quelle catégorie ranger le roman, si le personnage a 18 ans ou sort du lycée, alors c'est du Young-Adult.

Ce n'est pas un genre littéraire en soi ; ces titres peuvent effectivement être de la fantasy tout autant que de la romance. Ces différentes catégories le confirment :

- La Dark Romance qui parle de sujets plus adultes avec plus de descriptions sur les sentiments, la sexualité, mettant souvent en scène des relations « interdites » par la morale
- La New Romance qui se passe, elle, à l'université
- La Fantasy, qui est également bien visible dans certains romans Young-Adult. On peut même pour certains parler de Romantasy (romance-fantasy).

2.1.2. Un filon pour les éditeurs

Le Young-Adult a explosé avec l'arrivée de la saga *Twilight* dans les années 2000. Ecrite par Stephenie Meyer, cette saga dite de « littérature mordante », met en scène une histoire d'amour entre une jeune femme rentrant au lycée et un mystérieux vampire, on appelle cela de la « bit lit », comprendre « littérature mordante », un des nombreux sous-genres de la fantasy.

Face à l'engouement des lecteurs et le volume important de ventes, les éditeurs se sont intéressés à ce genre qui a alors bouleversé les lignes éditoriales et notamment les modes de prescription.

La maison d'édition Hachette a ainsi créé la collection Black Moon pour y mettre spécialement la saga *Twilight* dès sa sortie car elle n'avait pas sa place parmi les romans pour adolescents. Les *Journal d'un Vampire* (adapté ensuite en série sous le nom de « The Vampire Diaries ») et *16 Lunes* (adapté au cinéma sous le titre de « Sublimes Créatures ») ont été par la suite les sagas phares de la collection.

D'autres éditeurs ont investi également le Young-Adult en créant des collections comme les éditions Robert Laffont qui ont créé la collection R, à ne pas confondre avec R Jeunesse, qui

est plus pour les enfants et adolescents. On peut citer également la maison d'édition Hugo et sa collection *New Way* dans laquelle sont publiés des romans Young-Adult.

Les éditeurs spécialisés jeunesse suivent aussi cette tendance. Pocket Jeunesse a revu ses collections comme l'indique Natacha Derevitsky⁴, directrice éditoriale de la maison d'édition « l'âge de nos lecteurs et lectrices a changé ». Ils revoient les termes utilisés pour les collections, car certains lecteurs jeunes adultes ne se reconnaissaient plus dans le terme « jeunesse », qui désigne les enfants.

De nouvelles maisons d'édition spécialisées ont vu le jour comme De Saxus, qui est numéro Un dans le Young-Adult et publie la plupart du temps des traductions. Cette maison d'édition a créé différentes collections, chacune correspondant à un thème en particulier, il y a Ellipsis pour les romances LGBTQIA+, Roncière pour la romance et la romantasy...

Fondée dans les années 2000, Bragelonne est la première maison d'édition en France à publier des romans tirés de l'imaginaire. Ses titres phares sont : *Le Sorcelleur* d'Andrzej Sapkowski, *Celle qui devint le soleil* de Shelley Parker-Chan, *Le pont des tempêtes* de Danielle L. Jensen... La maison d'édition a depuis développé plusieurs autres collections comme « l'Ombre » pour les romans d'horreur.

Les romans Young-Adult sont le plus souvent reconnaissables par leur couverture souvent très colorées, préférant des dessins de silhouettes à des photographies, ce concept est très américain.

C'est en effet un type de romans qui vient tout droit des Etats-Unis, et d'ailleurs la plupart des romans phares de la littérature Young-Adult sont traduits de l'anglais américain comme *Nos Etoiles contraires* de John Green, *Hunger Games* de Suzanne Collins ... On compte environ 80% de traductions provenant des Etats-Unis ou du Royaume-Uni. Cependant de plus en plus d'auteurs français se lancent dans le Young-Adult, et parfois même en passant par l'application Wattpad qui permet de publier gratuitement des histoires, la célèbre saga *After* de Anna Todd vient d'ailleurs de cette application.

2.1.3. Une prescription bouleversée

La principale source de publicité des maisons d'éditions est les réseaux sociaux, il y a eu une explosion d'influenceurs livres sur les différentes plateformes, on parle de booktok pour TikTok, bookstagram pour Instagram, booktube pour YouTube... et les jeunes en raffolent.

Les créateurs de contenus y présentent leurs coups de cœur littéraires, leur PAL (pile à lire) et sont surtout payés par les maisons d'éditions pour promouvoir les prochaines sorties Young-Adult. Les librairies adoptent ce mouvement en apposant des autocollants « vu sur tiktok » sur les livres populaires en ligne. Les séries du *Prince Cruel* de Holly Black ont ainsi fait fureur sur le net lors de leur sortie. Les maisons d'éditions engagent également des Community Manager (personne gérant les réseaux sociaux), afin de gérer la publicité des nouveaux ouvrages à venir, surtout que maintenant, les réseaux sociaux sont omniprésents dans la vie des jeunes (et pas que !), il a donc fallu que les maisons s'adaptent à ce public pas toujours simple à

⁴ Tom Lévêque et Nathan Lévêque, *En quête d'un grand peut-être: Guide de littérature ado*, Illustrated édition., Paris, Grand Peut-être, 2020, 224 p.

conquérir et auquel il faut constamment s'adapter afin de ne pas les « perdre en chemin » et donc de les fidéliser.

Au-delà des réseaux sociaux, les livres passent aussi au grand écran. *Twilight* avait déjà connu un immense succès sur papier (près de 120 millions de ventes) mais il a encore plus fonctionné lors de sa sortie au cinéma générant 70 millions de dollars dès la première semaine au box-office, faisant par la suite exploser une nouvelle fois les ventes de livres. *Hunger Games* et bien d'autres ont suivi ce parcours Hollywoodien.

On peut donc qualifier les romans Young-Adult comme un concept marketing, le genre a su trouver son public et les maisons d'édition savent comment le séduire. Même les librairies indépendantes se mettent à développer des rayons Young-Adult à l'instar des centres culturels commerciaux comme j'ai pu le constater en rencontrant les libraires de La petite marchande de prose⁵.



Figure 5: photo personnelle du rayon "Young-Adult" de la librairie "la petite marchande de prose"

2.2. Un public cible aux pratiques particulières

2.2.1. Des acheteurs

Le Young-Adult vise les 15-25 ans. C'est l'époque de l'argent de poche, du premier salaire (sans les contraintes budgétaires qui viennent ensuite quand on agrandit la famille, devient propriétaires), du Pass culture. Les jeunes adultes achètent leurs livres ; ils sont attachés à l'objet et aiment développer une collection, la montrer sur les réseaux sociaux.

Les éditeurs exploitent cette particularité et proposent des éditions collecteurs de livres populaires : les jeunes sont prêts à mettre des prix élevés pour des ouvrages à la reliure

⁵ Librairie indépendante située à Sainte-Savine.

élaborée (ex : cartonnée, cousue, tranche dorée). Posséder la première version classique du livre n'empêche pas les lecteurs de prendre le collector.

Ce sont des consommateurs de l'instant T, ils veulent le livre dès le premier jour de sa sortie et pour cela ils surveillent les réseaux sociaux et les actualités en ligne, sans se référer auprès des vendeurs en librairie. Les jours de sorties de titres médiatisés sont des moments à ne pas manquer pour les libraires comme nous le dit Margot de la librairie La Petite marchande de prose ; il faut avoir le titre le jour J sinon le client repart et va l'acheter ailleurs.

Le Pass culture a permis aux librairies de toucher plus conséquemment ce public. (Développé en partie 2.2.3)

En Grand Est, la Région déploie depuis peu un dispositif supplémentaire : Jeun'Est⁶ qui s'avère également un levier pour les ventes en librairie. Les jeunes de 15 à 29 ans habitant dans la Région Grand Est bénéficient de nombreux avantages dans le domaine de la culture, du sport... Et notamment de 20€ de livres offerts dans les librairies partenaires.

2.2.2. Des lecteurs à reconquérir par les bibliothèques

Les librairies connaissent des jours heureux avec le Young-Adult. Du côté des bibliothèques, c'est différent. La tranche d'âge que sollicite le Young-Adult n'est pas le public qui a tendance à côtoyer les bibliothèques, les adolescents ou jeunes adultes encore scolarisés ou en études supérieures vont dans les CDI (Centre de Documentation et d'Informations) de leur collège ou lycée ou bibliothèques universitaires pour les étudiants.

Quand ils fréquentent une bibliothèque, c'est principalement pour y travailler, se retrouver entre amis. Ils y empruntent peu de romans car, au-delà du fait qu'ils apprécient posséder leurs livres, ils y trouvent peu ceux qui correspondent à leurs goûts. Ceux-ci sont souvent non visibles dans la masse des autres documents ou alors déjà empruntés. Nombre de jeunes ont une image « ringarde » ou « scolaire » de la bibliothèque, et pensent que ce type d'ouvrages n'est pas présent sur les rayonnages et donc souvent ne vont pas jusqu'à voir ce qui est proposé.

La principale interrogation est comment promouvoir le Young-Adult en bibliothèque alors que le public cible apprécie posséder ses livres et en particulier des collectors (type d'ouvrages que les bibliothèques n'achètent pas et pour lesquels il n'y a pas de pertinence à acheter compte tenu de l'attachement des jeunes à en être possesseurs). De plus ce public est en attente de nouveautés – ce qui n'est pas le fort des bibliothèques compte tenu du long processus de mise en rayon (sélection, bon de commande, catalogage, équipement) et de l'achat le plus souvent en un seul exemplaire. Il est donc impossible en bibliothèque d'emprunter le titre médiatisé le jour de sa sortie.

On pourrait donc considérer les bibliothèques comme l'endroit où lire du Young-Adult comme une découverte, ou alors emprunter un livre pour tester, et par la suite acheter la saga entière.

2.2.3. Des nouvelles actions menées

Le Pass Culture, mis en place par le ministère de la culture, est un dispositif en ligne permettant aux jeunes à partir de 15 ans de bénéficier de crédits de 20 euros, 30 euros de 16 à 17 ans et l'année des 18 ans, un crédit de 300 euros. Il permet aux jeunes d'avoir accès à une offre de

⁶ *C'est quoi Jeun'Est ? – Jeun'Est*, <https://www.jeunest.fr/cest-quoi-jeunest/>, (consulté le 8 avril 2024).

culture allant de la musique (instruments de musiques, concerts, festivals), aux livres en passant par les jeux vidéo et les offres VODs et sorties culturelles.

Cette mise en place a été très bien accueillie par la jeunesse, depuis sa création au milieu de l'année 2023, les jeunes ont achetés 311 000 références, ce qui représente en tout 11 millions de livres achetés, car plusieurs titres ont pu être achetés plusieurs fois (par exemple, One Piece et d'autres références populaires).

Contrairement aux idées reçues, ce n'est pas que les mangas qu'ils achètent ; le Young-Adult se trouve en première position avec *Captive* de Sarah Rivens dans le best of des livres réservés et achetés avec le Pass culture en 2023, se trouve en troisième place *Hadès et Perséphone* de Scarlett St. Clair, une des références New Romance dans le Young-Adult.

2.3. Le Young-Adult dans les bibliothèques aubois

2.3.1. A la MDA

Lorsque je suis arrivée à la médiathèque départementale de l'Aube pour mon premier jour de stage, j'ai eu une visite des lieux et des magasins, espaces où sont entreposées les collections. J'ai été impressionnée par l'ampleur de l'endroit et la richesse du catalogue. C'est en errant dans les rangées que j'ai essayé de repérer des livres Young-Adult, ce qui n'a pas été chose facile. En effet tous les romans sont rangés ensemble peu importe leur genre (même la SF), à l'exception des policiers qui se trouvent sur rayonnages à part. Une cotation de couleur distingue tout de même les ouvrages pour adultes (blanc) et pour les adolescents (bleu). Les romans SF (Science-Fiction) ont quant à eux une gommette jaune avec une mention SF. La poésie et le théâtre sont identifiés via des côtés comportant les initiales PO ou T. Lorsque j'ai commencé mes recherches sur les ouvrages Young-Adult disponibles à la MDA, j'ai pu constater que la plupart étaient étiquetés en bleu (ado).

En pré-classement, un présentoir met en avant quelques titres de Fantasy Ado.

Je me suis alors demandé comment donner une visibilité au Young-Adult dans les collections de la MDA ?

Je pourrais créer une cote spécifique : mettre une couleur autre que le blanc ou le bleu puisque que ces ouvrages ciblent un public entre les deux, et peut-être mettre les lettres « YA ». Je pourrais aussi aménager des espaces de valorisation et faire des supports papier et en ligne pour aider les bibliothécaires à mieux connaître le Young-Adult et à le promouvoir auprès de leur public.

2.3.2. Dans le réseau

Lors de mes déplacements, que ce soit pour des navettes, des tournées bibliobus, des réunions et autres rendez-vous, j'ai visité près de 100 bibliothèques. Peu proposent un espace ados ou alors ils se limitent à une ou deux étagères, avec une offre principalement constituée de mangas. Rares sont les bibliothèques qui ont aménagé un coin spécifique comme à Bar-sur-Aube. Même la bibliothèque de Nogent-sur-Seine, une des plus grandes villes, n'a pas aménagé un coin où les jeunes peuvent s'installer comme ils le veulent, sans doute par manque de moyen ou simplement car ce n'est pas un public qui fréquente leur bibliothèque.

J'ai pu voir lors de la visite de la médiathèque de Sainte-Savine un rayon ado/Young-Adult (voir annexe 1.2) mis à l'entrée et Aurélie, la bibliothécaire chargée du rayon, m'a précisé que certains visiteurs plus âgés se laissaient tenter et étaient convaincus. Malgré ça, ces rayons

sont encore rares et les référents de territoire de la MDA m'ont confirmé que ce type d'ouvrages ne fait pas partie des demandes des bibliothèques contrairement aux romans du terroir, policiers et romans pour adultes médiatisés. Cependant, la médiathèque de Méry-sur-Seine a des demandes de livres Young-Adult venant d'une même lectrice, ce qui n'est pas à négliger.

Tout, ou presque, est à faire dans le domaine du Young-Adult à la MDA et dans les bibliothèques du réseau. Je veillerai donc à adopter une démarche réaliste, au regard du public ciblé qui fréquente peu les bibliothèques en zone rurale, préférant acheter leurs livres que de les emprunter. Le défi supplémentaire provient du fait que le public direct de la médiathèque départementale ne sont pas les usagers des bibliothèques mais les bibliothécaires eux-mêmes, qui ne relèvent que rarement de la catégorie des jeunes adultes. Certains bibliothécaires ont une mauvaise image du Young-Adult jugé trop commercial, ou n'ont tout simplement aucune idée de ce qu'est le Young-Adult, il faut donc créer des actions pour le mettre en avant.

3. Les actions

3.1. Un kit de valorisation

3.1.1. Identification des documents

L'équipement des livres de la médiathèque départementale comprend plusieurs codes couleurs. D'une part, ils sont identifiables grâce à une gommette rouge collée sur la tranche ; cela permet aux bibliothécaires (voire au public) de reconnaître facilement ces documents parmi ceux de leurs fonds propres. Ce marquage est également présent pour les ouvrages de science-fiction qui ont une étiquette jaune, et les gommettes vertes sur les ouvrages comportant des scènes à caractère sexuel.



Figure 7: photo personnelle des gommettes rouges

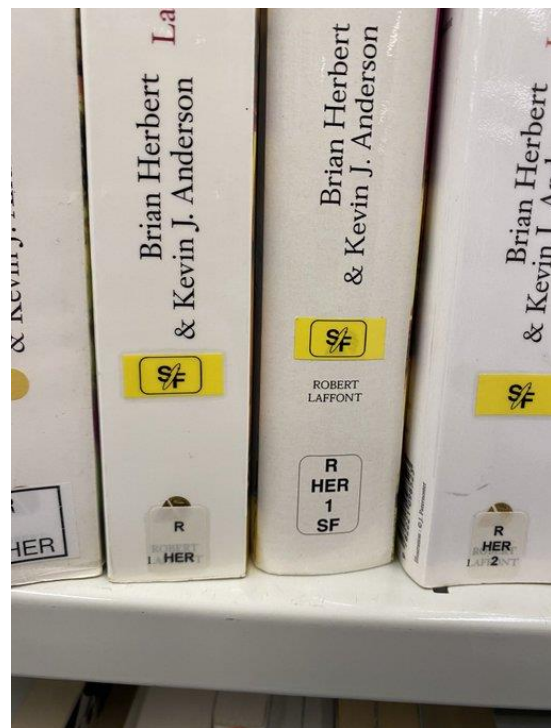


Figure 6: photo personnelle des étiquettes SF

Outre ces gommettes, il y a les couleurs des côtes qui sont différentes selon le public auquel le livre est destiné : les romans et BD pour ados ont une cotation de couleur bleue, celles pour enfants sont rouges, jaunes ou vertes, et celles pour les adultes sont blanches.

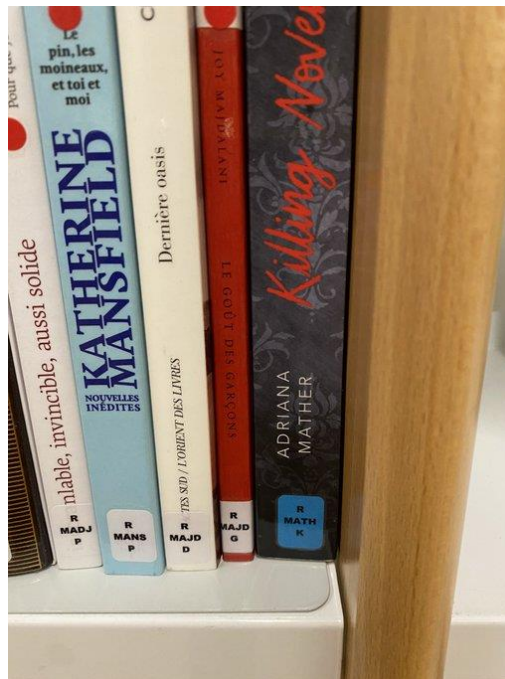


Figure 8: photo personnelle des cotations adultes et ados

C'est en voyant ce système de couleurs que m'est venue ma première idée pour mettre en valeur les romans Young-Adult auprès des bibliothécaires venant chercher des ouvrages sur place. J'ai pensé à une gommette d'une autre couleur. J'ai soumis mon idée à la responsable du rayon roman, elle ne l'a pas retenue car elle craignait devoir s'engager dans un même marquage pour d'autres genres comme le terroir par exemple. J'ai alors fait une autre proposition qui d'ailleurs me semblait meilleure car plus originale : créer une identité visuelle déclinée sur plusieurs supports : marque-pages, stickers et affiches.

3.1.2. Une identité visuelle

Il a d'abord fallu trouver une couleur. J'ai pensé dans un premier temps opter pour le violet qui permettait d'éviter de cantonner le Young-Adult à un lectorat féminin ou masculin. Comme les marque-pages allaient être imprimés avec une imprimante 3D et les stickers réalisés avec une découpeuse vinyle, le choix des couleurs était limité car souvent les feuilles plastifiées autocollantes utilisées pour la découpeuse avaient des couleurs qui n'étaient pas disponibles dans les PLA (matière d'impression 3D) de l'imprimante. J'ai choisi finalement un bleu clair disponible en PLA et en papier vinyle qui détonnait avec le bleu utilisé sur les côtes des livres pour ados, faisant une nuance et donc une sorte d'entre-deux avec le blanc des romans adultes et le bleu des romans ados.

C'est ensuite une forme qu'il a fallu concevoir. Les lettres YA accolées sont apparues immédiatement comme une évidence. Sachant que les gommettes rouges et vertes sont de forme ronde, et les étiquettes SF de forme rectangulaire, j'avais d'abord pensé à une forme triangulaire. J'ai finalement décidé de les faire en forme d'étoile avec « YA » à l'intérieur pour donner un peu plus de peps à ce « logo ». Il convenait tant à la fantasy qu'à la romance.

3.1.3. Des goodies

En janvier a été lancé par la médiathèque départementale un temps fort d'animations dédiées aux technologies et au numérique : Pop L@B en bibliothèque(s). Découpeuse vinyle (voir annexe 1) et imprimante 3D (voir annexe 1.1) étaient notamment mis à disposition dans les locaux.

En vue de mon projet, j'ai suivi une formation sur l'utilisation de l'imprimante 3D. J'ai ainsi pu concevoir moi-même le fichier du marque-page et les fabriquer. J'ai trouvé le résultat intéressant car cela changeait des marque-pages en papier et insufflait une image plus moderne tout en étant parfaitement adaptée pour la valorisation de livres. Pour la conception du marque-page, j'avais en premier lieu eu l'idée de ne mettre que « YA » sur le haut. Puis lors de la création des stickers, j'ai eu l'idée d'ajouter la forme d'étoile sur le marque-page en plus du « YA » afin d'obtenir une association d'éléments qui attire l'œil (voir annexe 3).



Figure 10: photo personnelle du marque page YA



Figure 9: photo personnelle du sticker Young-Adult

Pour les stickers la découpeuse vinyle était parfaitement adaptée. J'ai alors retravaillé le fichier pour qu'il corresponde aux spécificités de cette machine (assez proches tout de même de celles de l'imprimante 3D) : la forme devant apparaitre par retrait de matière d'une seule couleur (et non via une autre couleur ajoutée).

3.1.4. Une affiche et un guide de survie

Le public visé par l'affiche sont les jeunes amateurs de Young-Adult. J'ai choisi de mettre des couvertures de livres Young-Adult connus afin d'attirer directement leur attention et de leur montrer que leurs livres préférés sont disponibles en bibliothèques, car tel est bien le défi. Il ne m'a pas semblé nécessaire de mettre plus d'explications mis à part ces couvertures de best-sellers, le titre « le Young Adult à la bibliothèque » et d'ajouter « et plus sur mediatheque.aube.fr » afin de réorienter les personnes intéressées sur le site de la MDA afin

d'avoir plus d'informations. Il ne fallait pas trop charger l'affiche en termes de texte et aller droit au but en montrant des choses concrètes (les couvertures de romans).



Figure 11: affiche young-adult

J'ai voulu aussi créer un flyer à destination des bibliothécaires car j'ai constaté que beaucoup méconnaissent le Young-Adult ou en ont une image négative (une littérature de mauvaise qualité et/ou aux thèmes violents). Il fallait donner quelques repères : des auteurs majeurs, des maisons d'édition, des influenceurs, les sous-genres ... Je l'ai nommé « Guide de survie » car souvent les goûts des jeunes sont difficiles à appréhender par les bibliothécaires. Il est apparu que ce flyer pouvait aussi guider les usagers des bibliothèques qui ne connaissent pas encore le Young-Adult.

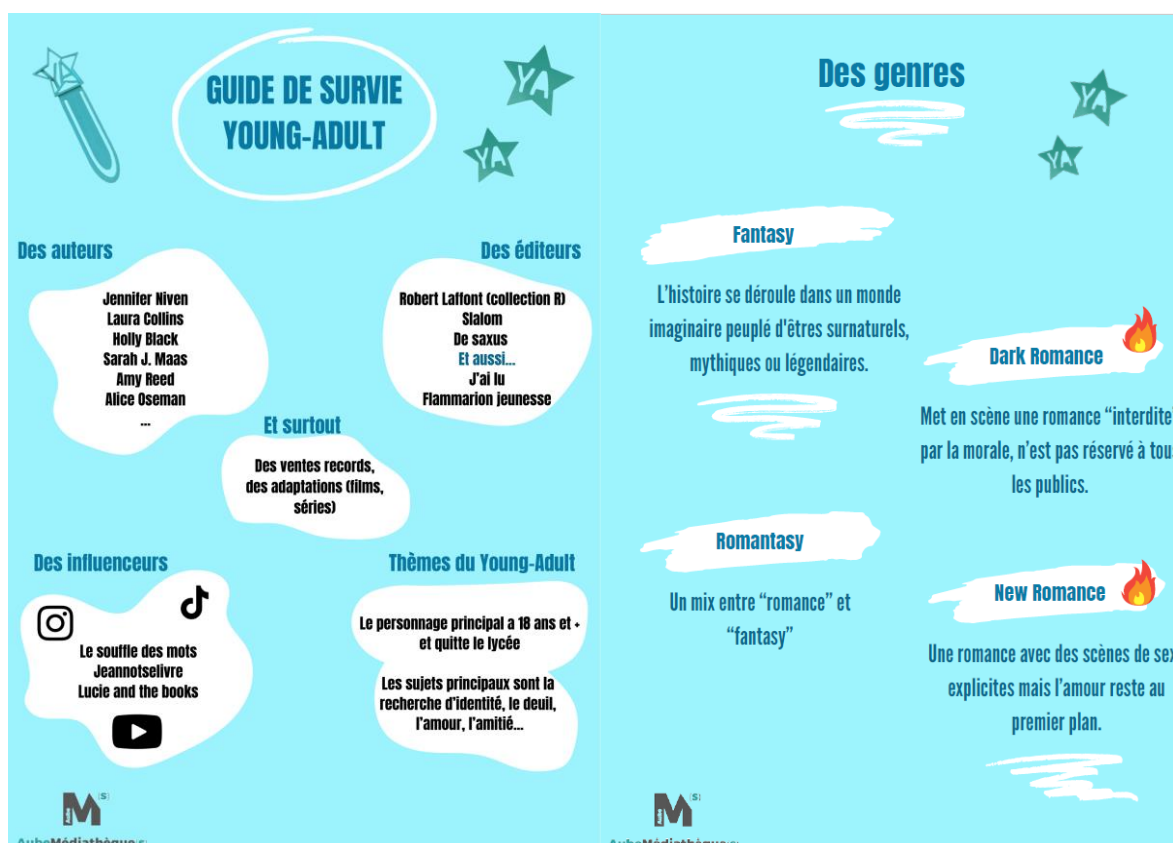


Figure 12 : "guide de survie" créé par moi-même

La couleur des affiches/flyers est la même que les stickers et les marque-pages (bleu claire), afin de rester sur une identité visuelle similaire, pour les associer, et rebondir sur les couvertures souvent colorées des romans Young-Adult.

3.2. Des sélections

3.2.1. Une table « thématique » en magasins

Lorsque je suis arrivée à la médiathèque départementale, il y avait plusieurs tables de présentation mises en place, une sur les polars, une sur les sciences, une autre sur la romance... L'idée m'est donc venue d'en mettre une en place pour le Young-Adult, et cette idée a été partagée par ma tutrice de stage qui était enthousiaste.

Trois semaines plus tard a eu lieu une réunion de service, et trois groupes étaient affectés à une tâche différente, dont un (dans lequel je suis allée) pour valoriser les collections stockées dans les magasins. Pendant cet atelier, il y avait déjà quatre thèmes élaborés qui étaient les

années 80, l'urbanisme, l'espace et les frontières. Chaque thème ayant une durée d'environ 3 mois. Nous avons donc mis en place une table sur les années 80.



Figure 13: photo personnelle de la table de présentation sur les années 80

Ma première idée de faire une table de présentation n'allait pas pouvoir aboutir. Puis lors d'une discussion avec la responsable de l'espace roman, nous avons convenu qu'il serait possible de remplacer la table de présentation des sciences par une sur le Young-Adult. J'ai donc sélectionné des ouvrages afin de les mettre sur la table, j'y ai également mis les affiches et flyers afin d'attirer le regard et d'informer directement les bibliothécaires.

Sur cette table sont également présents les marque-pages, des planches de stickers et des guides de survie ajoutés ultérieurement.

3.2.2. Un kiosque numérique

Un autre volet de la valorisation se trouve sur le portail web (site web) de la MDA. Ce n'est pas un aspect à négliger, car c'est depuis ce portail que les différents bibliothécaires et bénévoles du réseau peuvent réserver des ouvrages, ils ont également accès à toutes les dernières actualités de la MDA et du réseau et peuvent s'inscrire aux formations proposées.

Un des outils du portail est la recherche par thèmes, les utilisateurs peuvent sélectionner ce qu'ils recherchent et affiner au plus proche possible. Pour le Young-Adult, on pourrait aller dans « littérature adultes », « romans », « tous les romans » et ensuite affiner par auteurs etc. Il faudrait donc pour ce cas, créer une option « Young-Adult » dans les thèmes.

Des sélections peuvent aussi être mises en ligne via la fonctionnalité « kiosque ».

S'est alors posée la question de comment identifier les documents de la sélection ou du thème. Il s'est avéré impossible d'utiliser un champ de la notice ou une donnée d'exemplaire. J'ai échangé avec ma tutrice sur ce sujet. Il y a plusieurs options : créer un genre (comme policier ou poésie), créer un public (au même titre qu'adolescent), créer une cote (comme T pour

théâtre), renseigner Young-Adult dans le champ 310 (indexation libre). Le fait de reprendre le catalogage des documents n'étant pas retenu, j'ai dû opter pour une autre solution.

J'ai donc mis dans un panier les titres un par un. Grâce à la fonctionnalité « kiosque », cette sélection pouvait alors être visible en ligne.

3.3. Des publications

3.3.1. Un article à destination des bibliothécaires

Comme indiqué précédemment, le portail contient des articles parlant de l'actualité de la MDA et du réseau, il y a un « espace public » et un « espace pro », l'un étant donc dédié aux usagers des bibliothèques, l'autre aux professionnels et bénévoles. L'idée m'est donc venue de publier un article sur chaque espace.

L'article sur l'espace pro est destiné aux bibliothécaires voulant se renseigner et faire une table de présentation dans leur propre bibliothèque. Ils ont à disposition dans l'article les flyers et l'affiche et le lien vers l'article destiné aux usagers.

J'y ai ajouté la sélection au format kiosque permettant d'immédiatement avoir une idée des titres disponibles.

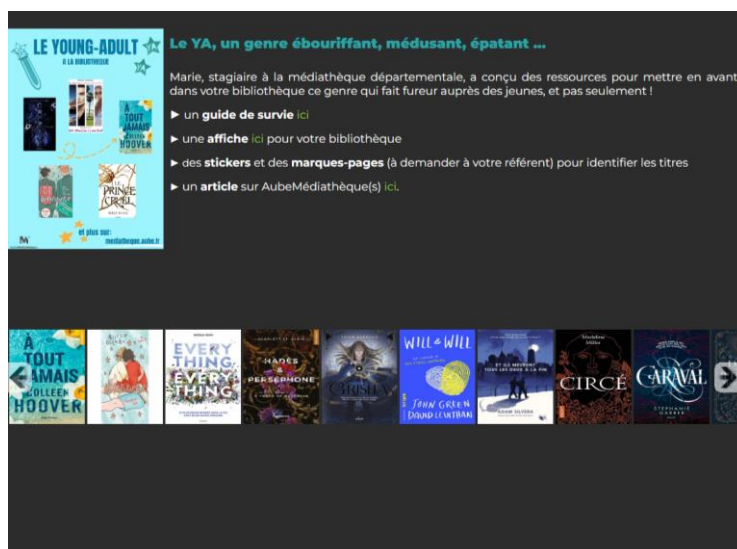


Figure 14: capture d'écran de l'article sur le site de la MDA

3.3.2. Un article pour les usagers des bibliothèques relayé sur Facebook

L'article sur l'espace public vise à montrer qu'il y a une offre Young-Adult dans les bibliothèques. Pour attirer les jeunes, l'accent est mis sur la présence de titres phares. Pour attirer les curieux, quelques repères sont énoncés.

Là aussi la sélection au format kiosque a été intégrée.

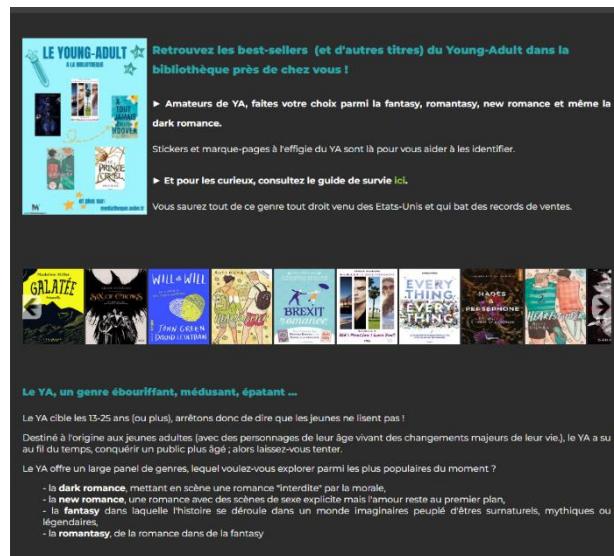


Figure 15: capture d'écran de l'article sur le site de la MDA

L'article et le kiosque ont été relayés sur la page Facebook de la médiathèque départementale un lundi, jour du post dédié à une sélection.



Figure 16: capture d'écran sur le compte Facebook de la MDA

Conclusion

Avant d'entrer en stage, je n'avais pas idée de ce que proposait réellement la MDA puisqu'elle n'accueillait pas de public autre que les bibliothécaires et bénévoles. Cela m'a permis de prendre conscience de la réalité actuelle des bibliothèques. Il y a plusieurs niveaux différents, que ce soit les taux de fréquentations ou les niveaux de formation des bibliothécaires et bénévoles. Le rôle de la MDA est donc d'accompagner les bibliothécaires et les bénévoles.

La valorisation s'est faite au travers de la table de présentation et des articles postés sur le net et les réseaux sociaux. La différence entre ces deux supports est que l'article sur le portail web est disponible 24h/24 et 7j/7, contrairement à la table de présentation qui n'est visible par les bibliothécaires du réseau seulement lors de leurs visites.

La principale difficulté pour ce sujet était de trouver un moyen de rendre visible le genre Young-Adult au travers des bibliothèques, car la MDA ne touche pas d'autre public. Les bibliothécaires étaient donc les personnes principales à convaincre.

Références bibliographiques

40% des Français fréquentent une bibliothèque municipale, mais pas forcément pour lire, <https://www.banquedesterritoires.fr/40-des-francais-frequentent-une-bibliotheque-municipale-mais-pas-forcement-pour-lire> , 20 juin 2017, consulté le 5 avril 2024.

Lecture Jeunesse #2 – Définition et évolution du Young Adult, <https://lesroyaumesduyoungadult.wordpress.com/2020/05/11/lecture-jeunesse-2-definition-et-evolution-du-young-adult/> , 11 mai 2020, consulté le 5 avril 2024.

Pourquoi la littérature Young adult plait-elle tant aux adultes ?, <https://www.livresavie.com/pourquoi-la-litteraire-young-adult-plait-elle-tant-aux-adultes/> , 8 juillet 2020, consulté le 5 avril 2024.

AJULIE81100, *Comment définir les romans Young Adult ? 4 caractéristiques*, <https://lirealoccasion.fr/romans-young-adult/> , 8 juin 2022, consulté le 5 avril 2024.

CULTURE pass et MAIL-RED, *Accueil*, <https://pass.culture.fr/>, consulté le 8 avril 2024.

ELLEGUYON, *Les 10 choses à savoir sur la littérature Young Adult*, <https://elleguyon.wordpress.com/2017/01/12/lire-les-9-choses-a-savoir-sur-la-litterature-young-adult/> , 12 janvier 2017, consulté le 5 avril 2024.

GRENON Alexandra, « La littérature young adult en France: quand le marketing s’empare du processus éditorial. Comment les diverses maisons d’édition concernées s’approprient-elles ce phénomène? »

LEVEQUE Tom et LEVEQUE Nathan, *En quête d'un grand peut-être: Guide de littérature ado*, Illustrated édition., Paris, Grand Peut-être, 2020, 224 p.

STRASSER Anne et LACOTE-GABRYSIK Lyllette, *Les romans « young adult », une littérature populaire ?*, <http://theconversation.com/les-romans-young-adult-une-litterature-populaire-131715> , 22 mars 2020, consulté le 5 avril 2024.

[Enquête] Les jeunes adultes et la lecture (CNL) | Fill, <https://fill-livrelecture.org/enquete-les-jeunes-adultes-et-la-lecture-cnl/>, consulté le 5 avril 2024.

La littérature Young Adult, une quête qui transgresse les âges, <https://actualitte.com/article/35485/adaptation/la-litterature-young-adult-une-quete-qui-transgresse-les-ages>, consulté le 5 avril 2024.

Maison d’édition : l’importance de l’image digitale, <https://actualitte.com/article/107355/technologie/maison-d-edition-l-importance-de-l-image-digitale>, consulté le 5 avril 2024.

Résultats de l’étude « Les jeunes Français et la lecture », <https://centrenationaldulivre.fr/actualites/resultats-de-l-etude-les-jeunes-francais-et-la-lecture>, consulté le 5 avril 2024.

Une définition du genre « Young Adult » | Enssib, <https://www.enssib.fr/services-et-ressources/questions-reponses/une-definition-du-genre-young-adult>, consulté le 5 avril 2024.

C’est quoi Jeun’Est ? – Jeun’Est, <https://www.jeunest.fr/cest-quoi-jeunest/>, consulté le 8 avril 2024.

Annexes

Annexe 1. Découpeuse vinyle.....	30
Annexe 1.1. Imprimante 3D.....	31
Annexe 1.2. Rayon de la médiathèque de Sainte-Savine.....	31
Annexe 2. Programme de formation 2024 de la MDA.....	32
Annexe 3. Première version du marque page YA et version finale.....	33
Annexe 3.1. Planche de stickers.....	33
Annexe 4. Organigramme de la Médiathèque Départementale de l'Aube.....	34

Annexe 1. Découpeuse vinyle



Figure 17: photo personnelle de la découpeuse vinyle à la MDA

Annexe 1.1. Imprimante 3D



Figure 18: photo personnelle de l'imprimante 3D de la MDA

Annexe 1.2. Rayon de la médiathèque de Sainte-Savine



Figure 19: photo personnelle du rayon YA de la médiathèque de Sainte-Savine

Annexe 2. Programme de formation 2024 de la MDA

La Médiathèque départementale de l'Aube propose aux salariés et bénévoles des bibliothèques et points lecture un programme de formations. Ces stages sont également accessibles aux autres acteurs culturels ainsi qu'à ceux de la petite enfance et des champs social et éducatif ; les élus y sont les bienvenus. Les formations sont gratuites. Les frais de déplacement et de restauration sont à la charge du stagiaire ou de sa collectivité. Le programme est articulé autour des trois axes du Contrat départemental lecture.

Nouveautés 2024
En bref : un format court, et à distance pour ceux qui le souhaitent.
Café partage : une rencontre informelle entre bibliothécaires (bénévoles et salariés) pour échanger sur ses pratiques.

Spécial Points-lecture
Des temps dédiés aux bénévoles de ces lieux.

USAGER
Qu'est-ce qu'il pense et ressent ?
Qu'est-ce qu'il voit ?
Qu'est-ce qu'il entend ?
Comment est accueilli l'usager ?

En savoir plus
Déroulés, intervenants, lieux, dates et horaires à retrouver sur votre espace pro mediatheque.aube.fr/pro

Réaffirmer la place des bibliothèques, pour et avec les territoires

Communication

- **janvier** | Se perfectionner dans l'utilisation de Canva

Spécial Points-lecture

- **mars** | Votre rapport d'activité et notre partenariat

Café partage

- **mars et octobre** | Echange de pratiques

Animation d'équipe

- **juin** | Coordonner et fédérer

Services en ligne

- **juillet** | Tout savoir sur le site AubeMédiathèque(s)

Communication

- **novembre** | Instagram et Tik Tok : pourquoi et comment ?

En librairie

- **novembre** | Cap sur les mangas

Repenser le modèle de bibliothèque, pour et avec les publics

Snoezelen

- **janvier** | Proposer un espace multi-sensoriel

Spécial Points-lecture

- **février** | Matinée d'accueil

Pop Lab

- **février et septembre** | Bidouiller, décrypter, tester, fabriquer
- **avril** | Des idées pour un lieu vivant

En bref

- **mai** | Organiser des ateliers informatiques
- **décembre** | Désherber et valoriser les collections

Spécial Points-lecture

- **novembre** | Formation de base
- **mai et juin** | Bien commencer en bibliothèque

Une bibliothèque attractive

Renouveler l'action culturelle, par et avec les artistes

Outils d'animation

- **janvier** | Découvrir les nouvelles ressources

Fête de la poésie

- **février** | Préparer Partir en livre

Premières pages

- **mars** | Osons la poésie avec les Débés !
- **avril** | L'art sous toutes ses formes

Journée du réseau

- **avril** | L'art sous toutes ses formes

Ateliers Espace ressource

- **mai** | A vos papiers !
- **septembre** | En liberté

En bref

- **juin** | En avant la musique !

Petites histoires en musique

- **septembre** | Animer vos séances avec des instruments.

Spécial Points-lecture

- **octobre** | Débuter en animation

En partenariat avec Lecture & Loisirs

- **octobre** | Salon du livre pour la jeunesse
- **novembre** | Rencontre avec l'auteur en résidence

Et aussi

Formations sectorisées et à la demande
Lecture d'albums, site AubeMédiathèque(s), logiciel Rona, désherbage, outils d'animation, ateliers des Débés...

Figure 20: programme de formation 2024 de la MDA issu de mediatheque.aube.fr

Annexe 3. Première version du marque page YA et version finale



Figure 21: photo personnelle des marque-pages

Annexe 3.1. Planche de stickers



Figure 22: photo personnelle d'une planche de stickers

Annexe 4. Organigramme de la Médiathèque Départementale de l'Aube

ORGANIGRAMME DE LA MEDIATHEQUE DEPARTEMENTALE DE L'AUBE – **DECEMBRE 2023**

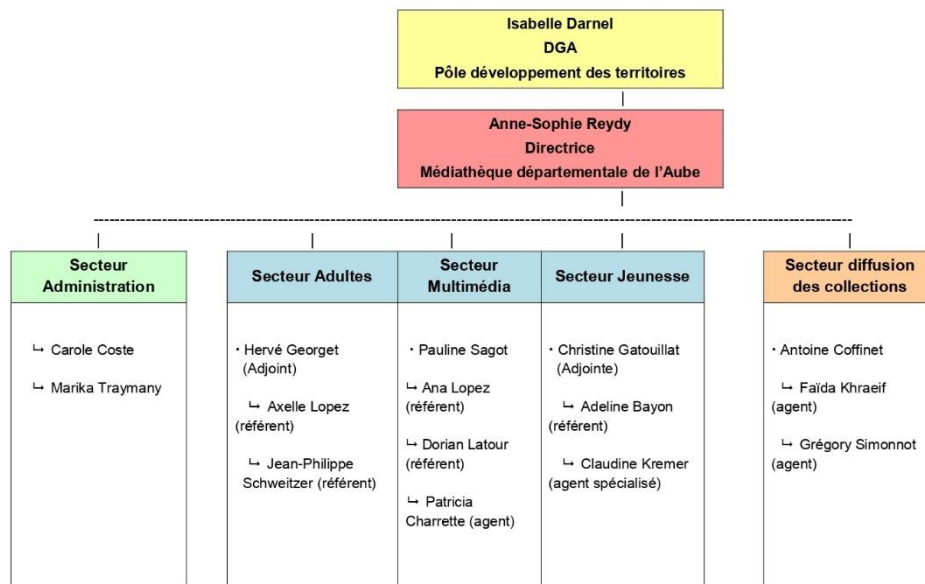


Figure 23: organigramme de la MDA

Littérature Young-Adult : comment valoriser ce genre littéraire pour attirer davantage le public adolescent ?

Ce rapport de stage présente en premier lieu la médiathèque départementale de l'Aube et son rôle, ensuite il explique ce qu'est le Young-Adult et comment ce genre est accueilli par les jeunes lecteurs, et pour finir il présente les actions réalisées au sein de la structure pour mettre en avant le Young-Adult.

Mots-clés : [Young Adult, Médiathèque départementale, Aube, roman]

Young-Adult literature: how to promote this literary genre to attract more the adolescent public.

This internship report presents in the first place the Aube departmental library and its role, then it explains what Young-Adult is and how this genre is welcomed by the young public, and finally it presents the actions made within the structure to put forward the Young-Adult genre.

Keywords: [Young Adult, Departmental library, Aube, novel]

